

水と土の芸術祭2018 骨子(案)

平成28年9月

新潟市文化創造推進課

目 次

I 本骨子(案)の位置づけ	1
II 水と土の芸術祭 実績比較	2
III 水と土の芸術祭 2015 の主な成果と課題	5
IV 今後の方向性	6
V 計画概要	7
VI 事業概要	8
VII 二次交通	12
VIII 広報・誘客	13
IX 組織体制	14
X スケジュール	15

I 本骨子(案)の位置づけ

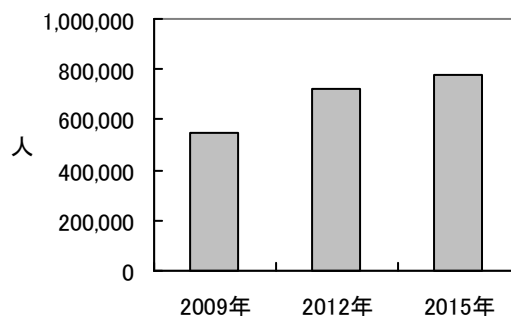
2009年に第1回目を開催した水と土の芸術祭は、過去の成果をいかし、課題を見直しながら、2012年、2015年と3回の実績を積み重ねてきた。

本「水と土の芸術祭 2018 骨子 (案)」(以下「骨子 (案)」という)は、これまでの実績及び2015年の成果と課題を検証したうえで、第4回目となる水と土の芸術祭について、その開催の可否や改善の必要性などを市民や地域等から幅広くご意見をいただきながら検討を進めるための試案として作成したものである。

Ⅱ 水と土の芸術祭 実績比較

1 来場者数

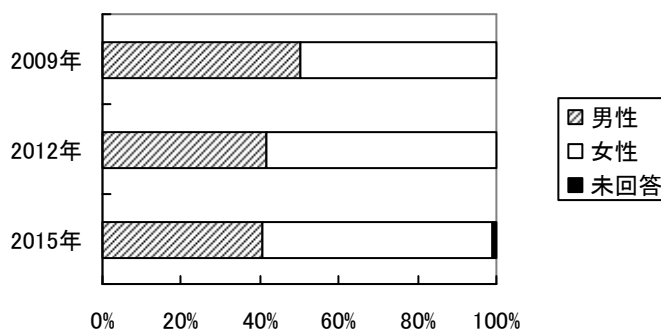
開催年	2009年	2012年	2015年
来場者数	549,423人	724,211人	775,268人



2 来場者の属性

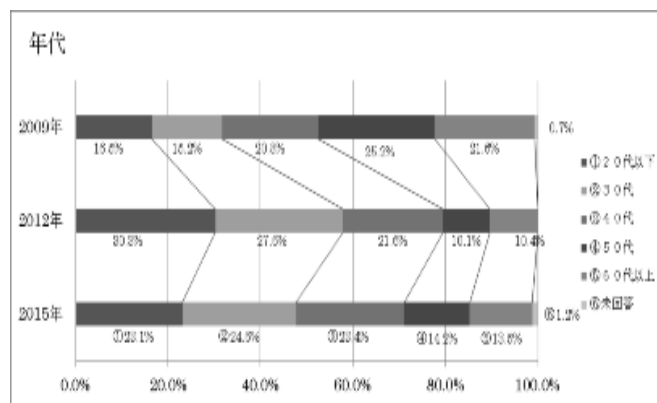
(1) 性別

開催年	2009年	2012年	2015年
男性	50.1%	41.5%	40.8%
女性	49.8%	58.5%	58.1%
未回答	0.1%	0%	1.1%



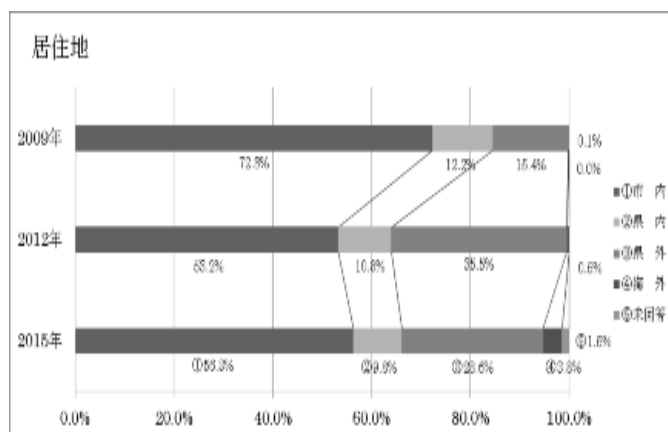
(2) 年代

開催年	2009年	2012年	2015年
20代以下	16.5%	30.3%	23.1%
30代	15.2%	27.6%	24.6%
40代	20.8%	21.6%	23.4%
50代	25.2%	10.1%	14.2%
60代以上	21.6%	10.4%	13.5%
未回答	0.7%	0%	1.2%



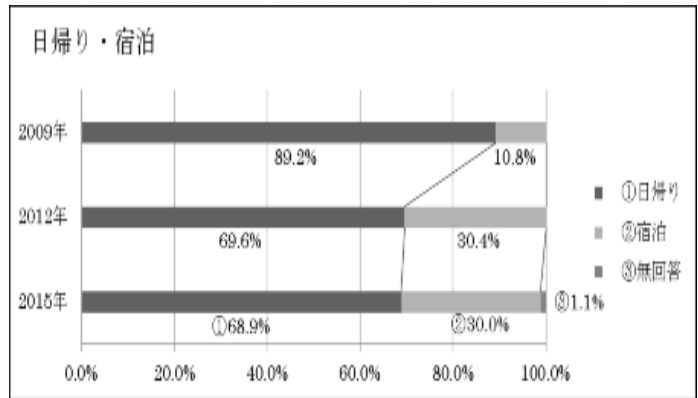
(3) 居住地

開催年	2009年	2012年	2015年
市内	72.3%	53.2%	56.3%
県内	12.2%	10.8%	9.8%
県外	15.4%	35.5%	28.6%
海外	0%	0.5%	3.8%
未回答	0.1%	0%	1.5%



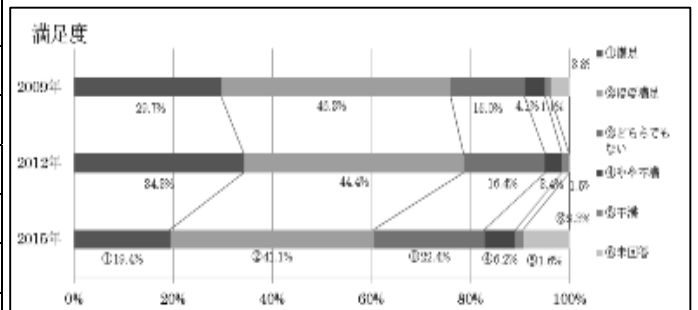
(4) 日帰り・宿泊

区分	2009年	2012年	2015年
日帰り	89.2%	69.6%	68.9%
宿泊	10.8%	30.4%	30.0%
無回答	0%	0%	1.1%



3 来場者アンケートに基づく満足度 (5段階評価)

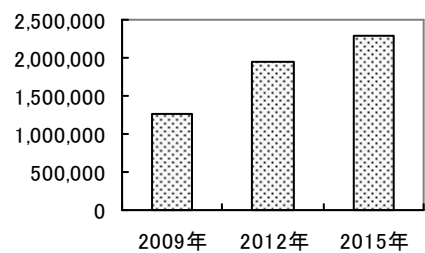
開催年	2009年	2012年	2015年
満足	29.7%	34.3%	19.4%
ほぼ満足	46.3%	44.4%	41.1%
どちらでもない	15.0%	16.4%	22.4%
やや不満	4.1%	3.4%	6.2%
不満	1.1%	1.5%	1.6%
未回答	3.8%	0%	9.3%



4 経済波及効果

(千円)

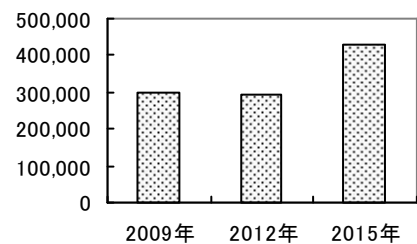
開催年	2009年	2012年	2015年
経済波及効果	1,253,509	1,949,176	2,282,678



5 パブリシティ効果

(千円)

開催年	2009年	2012年	2015年
パブリシティ効果	301,560	292,510	430,677



6 決算

【収入】

(単位 円)

開催年	2009年	2012年	2015年
新潟市負担金	307,356,739	219,879,258 〔一般財源 189,879,258 文化庁等補助 30,000,000〕	232,715,863 〔一般財源 158,376,863 文化庁等補助 74,339,000〕
寄附・協賛金	6,468,193	4,300,000	7,590,000
助成金等	13,600,000	10,800,000	400,000
各種販売収入	67,824,742	40,671,663	9,859,439
その他	2,892,329	2,462,593	416,521
合計	398,142,003	278,113,514	250,981,823

【支出】

(単位 円)

開催年	2009年	2012年	2015年
市民プロジェクト	30,007,569	42,807,949	43,214,372
こどもプロジェクト	3,660,518	10,043,345	10,369,382
アートプロジェクト	229,964,029	98,142,020	84,283,915
シンポジウム	-	5,836,954	2,088,546
主催イベント	26,990,078	4,341,406	4,316,928
広報費	42,355,677	51,478,835	63,424,592
運営活動費	65,164,132	65,463,005	43,284,088
合計	398,142,003	278,113,514	250,981,823

Ⅲ 水と土の芸術祭2015の主な成果と課題

1. 数値で見る成果

○来場者の増加

- ・約 77 万 5,000 人（目標値：55 万人 / 前回比約 5 万 1,000 人増）
- ・海外来場者数割合 3.8%（前回 0.5%に対し大きく増加）

<要因>

- ・過去 2 回の実績により、本芸術祭が市内外に浸透した成果
- ・アート作品観覧料の原則無料化により、主に市内の家族連れの来場者が増加
- ・東アジア文化都市のメイン事業として位置付けられたことにより、中国・韓国を中心に海外からの来場者が増加

○経済波及効果の増加

- ・経済波及効果：約 22 億 8,200 万円（前回比約 3 億 3,300 万円増）
- ・パブリシティ効果：4 億 3,000 万円（前回比約 1 億 3,800 万円増）

2. 数値で表せない成果

- 市民の文化活動が大きく活性化（地域課題の解決）
- 芸術祭を支える市民サポーターの活性化（全国とのつながりづくり）
- 子どもプロジェクトの充実（教育機関等との連携強化）
- 潟の魅力の発信（地域の宝の再発見）
- 外部からの高評価（展覧会ベスト 4 選出など）

3 課題

- アンケート調査による満足度の低下
- アート作品等への案内方法や解説方法、交通手段に対する配慮
- 海外からの誘客も含めた広報（計画）の強化
- 観光や産業、教育、福祉などとの連携の強化
- 事業推進体制の強化

IV 今後の方向性

○水と土の文化創造都市の推進

これまでの芸術祭を通じて発展してきた、多様な市民の文化活動のさらなる活性化を図るとともに、次代を担う子どもたちの創造性を育てていくことを目的に、芸術祭が開催されない年においても「市民プロジェクト」や「こどもプロジェクト」を継続的に実施し、「水と土の文化創造都市」の推進を図ってきている。

また、本市の「水と土」を象徴する「潟」は、独自の自然環境や歴史文化を有しており、市民がアイデンティティを掘り下げ、共有していくうえでも極めて重要な存在であり、調査・研究を進めるとともに、その魅力の発信に努めている。

これらの継続的な取り組みに加え、「水と土の文化創造都市」を効果的に前進させる手段として、アートの持つ創造性と発信力は重要であり、作家等との交流や、地域を読み解き、新たな視点を加えるアートプロジェクト等の高い発信力を活用した「水と土の芸術祭」を3年に1回の間隔で開催していくことが有効であると考ええる。

○市民主体、地域主導の芸術祭

「水と土の芸術祭」の最大の特徴は、多様で質の高い「市民プロジェクト」の存在である。これは、市民主体、地域主導の芸術祭として開催してきた本芸術祭にとって極めて重要な、根幹となる事業である。今後はこの「市民プロジェクト」が「アートプロジェクト」と相互に作用しあいながら、全国的な注目を集め、交流人口の増大だけでなく、「新潟暮らし」の推進にもつながるよう、さらに発展させていく必要がある。

○中長期的な視点

「東アジア文化都市 2015 新潟」の開催は、本芸術祭の集客、特に海外客の増加に大きな効果を与えた。今後、本市は東アジア文化都市の継続的な取り組みや、新潟港開港 150 周年、2020 年東京オリンピック・パラリンピック競技大会、及びその開催に向けた4年間にわたる文化プログラムの推進などを見据えた事業展開を行っていく必要がある。加えて、創造都市ネットワーク日本（CCNJ）の代表幹事都市として、国内外の創造都市との交流を積極的に行い、その役割を果たしていくことも求められている。これらを踏まえ、インバウンドを含めた本市の交流人口の拡大策を推進していくことが重要である。そのためには、広く内外に本市の魅力を発信するとともに、来訪者に対する温かなおもてなしの体制作りや、文化を活用した市民交流を進めていく必要があり、本芸術祭はその大きな核となるものと考ええる。

○課題への対応と準備活動

しかし、来場者の満足度をより高める事業設計や、海外からの誘客も視野に入れた広報計画、市民力をいかした事業推進体制の構築、適切なスケジュールの作成と進行管理など、更に克服すべき課題も多くある。

これまでの成果と課題を十分に検証し、市民や地域の意見を丁寧に伺いながら、次回開催の可否について早期に意思決定できるよう、準備を進めていく必要がある。

V 計画概要

- 1 **名称** 水と土の芸術祭2018
- 2 **基本理念** 私たちはどこから来て、どこへ行くのか
～新潟の水と土から、過去と現在(いま)を見つめ、未来を考える～
- 3 **テーマ** 水と土 (サブテーマは今後検討)
- 4 **目的**
 - 「水と土の文化創造都市にいがた」を更に前進させるきっかけとする。
 - ・シビックプライド(アイデンティティ・誇り)の醸成
 - ・市民力の更なる発展(市民文化活動の活性化と質の向上)
 - ・新潟らしさ(潟の魅力・食・おどりなど)の発信
 - ・産業や教育・福祉など他分野への創造性の浸透・波及
 - 東京オリンピック・パラリンピック競技大会における本市文化プログラムの主要事業として、世界へ本市をアピールする。
- 5 **主催** 水と土の芸術祭2018実行委員会
- 6 **会期** 平成30年7月～10月
(前回:平成27年7月18日(土)～10月12日(月・祝) 87日間)
- 7 **会場** 市内全域
 - ・「潟」や「砂丘列」、「港」などの本市の魅力を活用した会場を検討する。
 - ・市民プロジェクトは、市内全域で展開する。
- 8 **主な事業**
 - (1) 市民プロジェクト(市民が企画立案し、実行委員会が支援するもの)
 - (2) こどもプロジェクト(教育関係者等と連携し、企画・運営するもの)
 - (3) アートプロジェクト(作家等を招聘するもの、既存作品を活用するもの)
 - (4) シンポジウム(芸術祭のテーマと連動して実行委員会が企画・運営するもの)
 - (5) 食・おもてなし(市民や事業者などと連携し、実行委員会が企画・運営・支援するもの)
- 9 **予算** 今後、事業の内容を踏まえて算定する。
(従来の予算規模と同程度を想定)

VI 事業概要

1 本体事業

(1) 市民プロジェクト

市民や地域が主体となって、まちづくりや地域活性化につながる芸術祭の趣旨に沿った企画を立案し、自ら行うプロジェクトを実行委員会が支援する。

第1回芸術祭では70件、第2回では137件、第3回では109件のプロジェクトが実施され、市民文化のウェーブが大きく巻き起こったほか、芸術祭が開催されていない年であっても、平成25年は30件、平成26年は28件、平成28年は23件実施され、継続的な取り組みを行っている。

更に、第3回芸術祭では、アーティスト招聘による、アートプロジェクトと同等の質を有するアート系の市民プロジェクトが多数実施され、水と土の芸術祭の独自性として注目された。その中には、芸術祭中に作品展示や交流の場として活用した古い町家をその後も地域活性化のために存続させるなど、地域課題の解決につながる動きも出てきている。今後は、このようなアート系の市民プロジェクトの強化を検討するとともに、更に市民の参画を促し、地域ごとの連携を図るなど、芸術祭の全体的な盛り上がりへつなげられるよう検討する。また、水と土の文化創造都市の前進に向け、これらの取り組みを芸術祭だけの一過性なものとしせず、継続性や質の向上を図ることができるようあわせて検討する。

実施件数	前回（第3回）と同程度を目指す（前回：109件）
対象地域	市内全域
採択要件	<ul style="list-style-type: none">・地域外からアーティスト等が参加し、地域の魅力を引き出したり、創造・発信したりするプロジェクト・芸術祭の趣旨に沿ったプロジェクト・市民や地域、大学、専門学校、事業所等が主体となって企画立案したプロジェクト・地域の歴史、文化、自然、伝統、芸能、建物、行事等の魅力を活用し、地域やまちの活性化や賑わいにつながるプロジェクト・東日本大震災による被災者・避難者等を支援するプロジェクト
選定方法	一般公募により募集し、有識者等による選定委員会で選定する。
事業例	まちあるき、伝統芸能、音楽、演劇、アート、映像、パフォーマンス、ワークショップ、空き家・空き店舗を活用したもの、文化交流イベントなど
その他	アーティスト招聘によるアート系市民プロジェクトの強化を検討する。また、市民との協働による、市民プロジェクト間やアートプロジェクトとの連携・調整を図る人材の配置、並びに、各プロジェクトの広報・連携の核となる拠点の設置を検討する。

(2) こどもプロジェクト

前回芸術祭では、教育機関等と連携し、小・中学校教育職員がコーディネーターとして企画・運営に携わることで、子どもたちが“本物”に触れる機会を創出し、著名なアーティストや大学教授などによる多彩なワークショップを36回実施した。また、地元食材や新潟の郷土料理をもとに「みずつち給食」を教育委員会との協働により市内の幼稚園や小・中学校で提供するなどの取り組みを行った。

次回芸術祭でも、アーティストや作家など様々な関係者との連携を強化するとともに、子どもたちが参加したくなる魅力的なワークショップ・プログラムや、参加しやすい会場や申込制度など方法・環境整備を検討し、多くの子どもたちの参加を募り、新潟独自の水と土の暮らし文化を広く理解してもらおう。また、水と土の文化創造都市の前進に向け、継続的な取り組みを通じて、こどもプロジェクトを更に熟成進化させることができるよう検討する。

(3) アートプロジェクト

アート作品は、アートそのものの魅力だけでなく、地域資源を引き出し、その魅力を高めたり、長期間にわたり、来場者を地域へ招いたり楽しませたりする力を持っている。また、その制作段階や展示において、子どもから高齢者まで、様々な市民や多くの地域が関わることができるという参加性の高いものでもある。

次回の芸術祭では、「アートプロジェクト」は「市民プロジェクト」と相互に作用しあいながら、全国的な注目を集めるよう導くものとし、象徴的かつ交通利便性の良い場所での制作・展示を図るとともに、アール・ブリュットなどの福祉の視点を入れた展開や、芸術祭終了後も楽しめる新たな継続展示作品についてもあわせて検討する。

また、より多くの方々に作品を理解していただけるよう、解説手法なども含めて検討する。

展示場所 地域の特性を活かすことができ、象徴的かつ交通等の利便性が高く、より多くの人が作品に接することが可能な場所とする。

※ 2017年度には、水と土の芸術祭 2012 でメイン会場とした「万代島旧水揚場跡地」が多目的広場として整備されるとともに、同芸術祭 2015 のベースキャンプとした旧二葉中学校内には「(仮)芸術創造ファクトリー」が整備されるため、これらの活用も含めて検討する。

企画 ディレクターがアートプロジェクトを企画する。(既存作品の活用含む。)

作家選定 作家の選定は、企画に沿って、ディレクターが行う。

作家・パフォーマー及び作品については、新潟市の歴史・文化・自然等を活かすことができる作品や世界の先端を行く作品、または、来場者が楽しんだり考えたりできる作品で、制作等のプロセスにおいて参加性の高いものを優先的に選定するものとする。

作品数 今後検討

(4) シンポジウム

前回の芸術祭では、第2回(2012)のシンポジウムにおけるテーマ「自然との共生」を引き継ぎ、シンポジウムと芸術祭期間ならではのアートに関する座談会を行った。

次回の芸術祭でも、芸術祭の取り組みと連動したテーマを設定し、東京オリンピックの文化プログラムや開港150周年など、様々な事項を念頭に置き、「水と土」に相応しい、本市の魅力発信と地域活性化につながるトークイベントを検討する。

(5) 食・おもてなし

「食」は、水と土によってもたらされた最大の宝物である。本市の誇る豊かな食文化を広く効果的に発信するため、前回芸術祭では、「食」とアートがコラボレーションした移動式カフェを実施した。

「おもてなし」は、工夫をこらした積極的な受入企画により、来場者の満足度を向上させる取り組みである。前回は、地域のおもてなしとして潟船の乗船体験や野菜販売を行っていただいたほか、企業と協力してオリジナルグッズなど関連商品を制作・販売した。

いずれの取り組みも、来場者の満足度を向上させるとともに、地域の活性化や、地域経済の発展を目指すものであることから、次回芸術祭でも、地域・産業・観光などの観点をもって、様々な食や関連商品の提供、受入企画が実施できるよう、早期から地域や企業・団体と連携して検討する。また、芸術祭終了後も継続展開できるようあわせて検討する。

2 市内・広域連携の取り組み

(1) 市内連携の取り組み

新潟市内にある美術館・博物館など数多くの文化施設があり、「食」や「アート」に関わる多彩なイベント、市民やグループ・団体等が行っている様々な活動がある。これらの施設や団体等と連携し、芸術祭全体の盛り上げを図るとともに、ホームページやチラシによる広報・誘客等の連携を図り、一体的な情報発信を行うよう検討する。

また、岩室温泉などの市内観光地やマリニピアなどの観光施設と連携したツアー企画、アグリパークやいくとびあ食花などの食文化関連施設と連携した食文化のアピールなど、相乗効果を発揮できる取り組みを検討する。

(2) 広域連携の取り組み

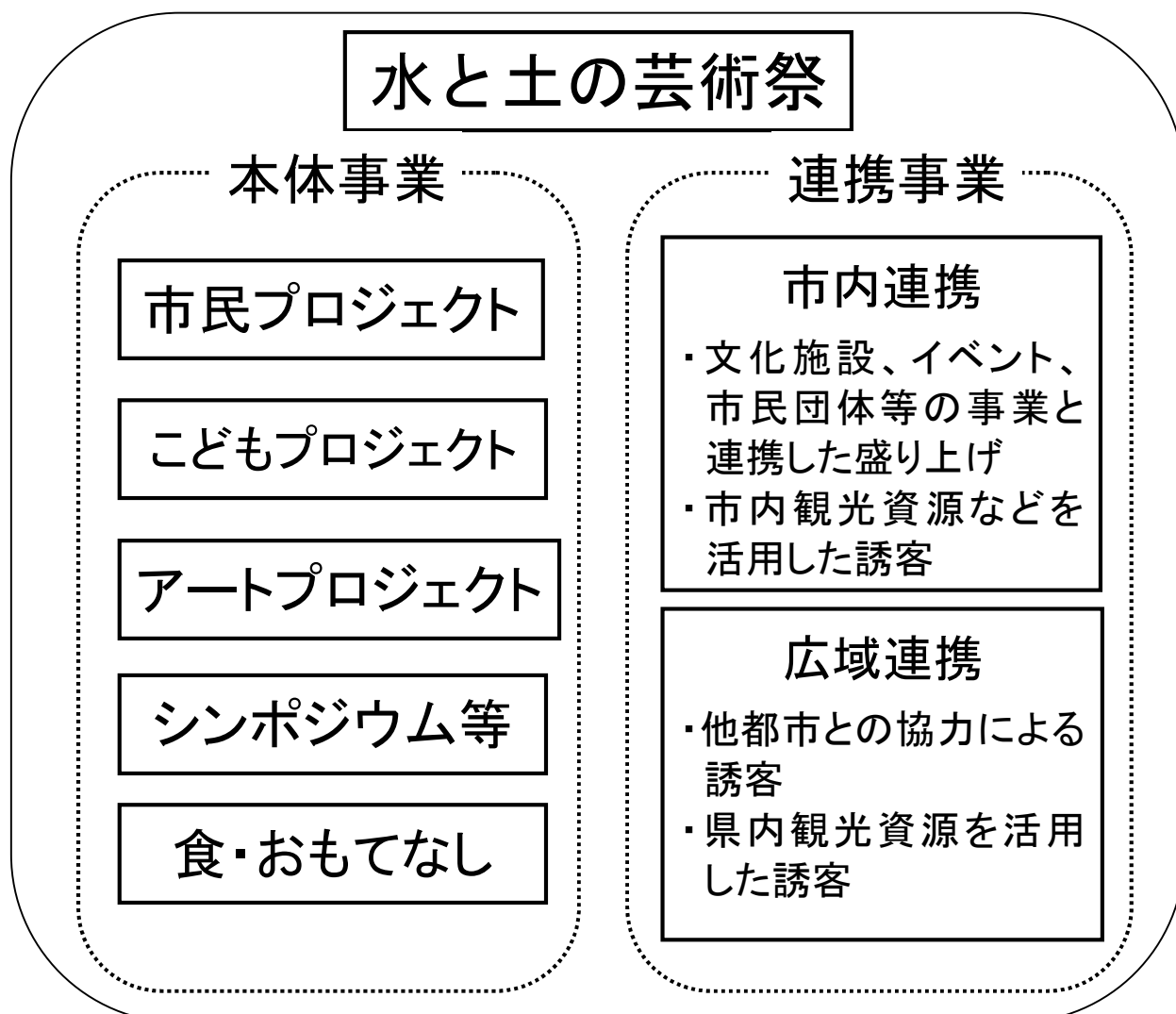
佐渡や鶴岡、会津若松など既に広域観光として提携のある市町村と相互に協力し、誘客を図るよう検討する。

更に、現美新幹線や日本遺産に認定された火焰型土器等の遺産群など、新潟県内の観光資源を最大限活用し、それらと連携することで、魅力を高め、更なる誘客と広域連携が促進されるよう検討する。

特に、2018年に開催予定の第7回大地の芸術祭や佐渡のアースセレブレーションは、同時期に県内で開催される大規模なアートイベントであり、また、市内でもにいがた総おどりが開催される見込みであることから、更なる連携を図り、相互に人が行き来する仕組みづくりを検討する。

また、東アジア文化都市や交流のある都市、姉妹都市・友好都市等、更には東京オリンピックの文化プログラム関連都市、全国の芸術祭開催都市との連携も検討する。

3 事業全体像



VII 二次交通

来場者の作品鑑賞における交通利便性を確保するため、第1回および第2回の芸術祭では有料の作品鑑賞バスツアーを実施、第3回では、公式ガイドブック購入者を対象に、メインフィールド（4つの潟）行きの無料ツアーバス（半日）と、ベースキャンプ（旧二葉中学校）行き無料シャトル便を用意した。また、まち歩きの実施やレンタサイクルステーションを設置し、アクセス方法の充実を図った。

しかしながら、全日でのツアーを望む声や一か所をゆっくり鑑賞したいという意見もあったほか、シャトル便の利用者が少なく、公共交通機関が不十分な会場へのアクセス方法の周知が行き届かないという課題もあったことから、今後は、来場者の利便性の確保を十分考慮するとともに、ツアー等についても、食の魅力提供やボランティアガイド養成を含め、利用者により楽しんでもらえる仕組みづくりを早い段階から検討する。

○作品鑑賞ツアー（全日ツアーコース、半日ツアーコース）

○シャトル便

○路線バスやタクシーなどの公共交通機関の活用

○レンタサイクル・まち歩き

など

VII 広報・誘客

芸術祭では、毎回、各種広報活動を行ってきているが、特に第3回では戦略的な広報・PR体制を整えたにもかかわらず、準備期間の不足から広報・PRの不足が指摘された。

このため、次回芸術祭では、全般にわたり適正な準備期間を設け、早期から広報の準備ができるよう検討する。

また、時代に合った各広報媒体により、的確な時期に、効果的な情報を迅速に、かつ、分かりやすく発信できるよう検討する。

○実績のある専門家等の意見を活用

戦略的かつ効果的な広報
情報の一元化 ほか

○パブリシティの活用（メディア向け広報）

プレスリリースの発行
プレスツアー、プレス向け発表会の開催 ほか

○一般向け広報

ホームページ、SNSやメルマガ発信などの携帯・スマートフォン活用等による情報発信
ポスター、チラシの配布
プロモーショングッズの配布・販売 ほか

○県外プロモーション

首都圏での企画発表会の開催
全国の美術館や美術系大学・専門学校への広報・誘客
新潟市に支店・事業所がある大手企業への広報・誘客
東京駅周辺の企業や大宮、高崎等の上越新幹線沿線の都市への広報・誘客
他都市で開催される芸術祭での広報・誘客
大地の芸術祭と連携した広報・誘客 ほか

○海外向け広報

ビジット・ジャパン・キャンペーンの活用
JNTO（日本政府観光局）や海外事務所を通じた情報発信
ホームページ等の多言語対応 ほか

○旅行商品の造成

エージェント商談会等への参加、旅行商品の造成に向けたセールス ほか

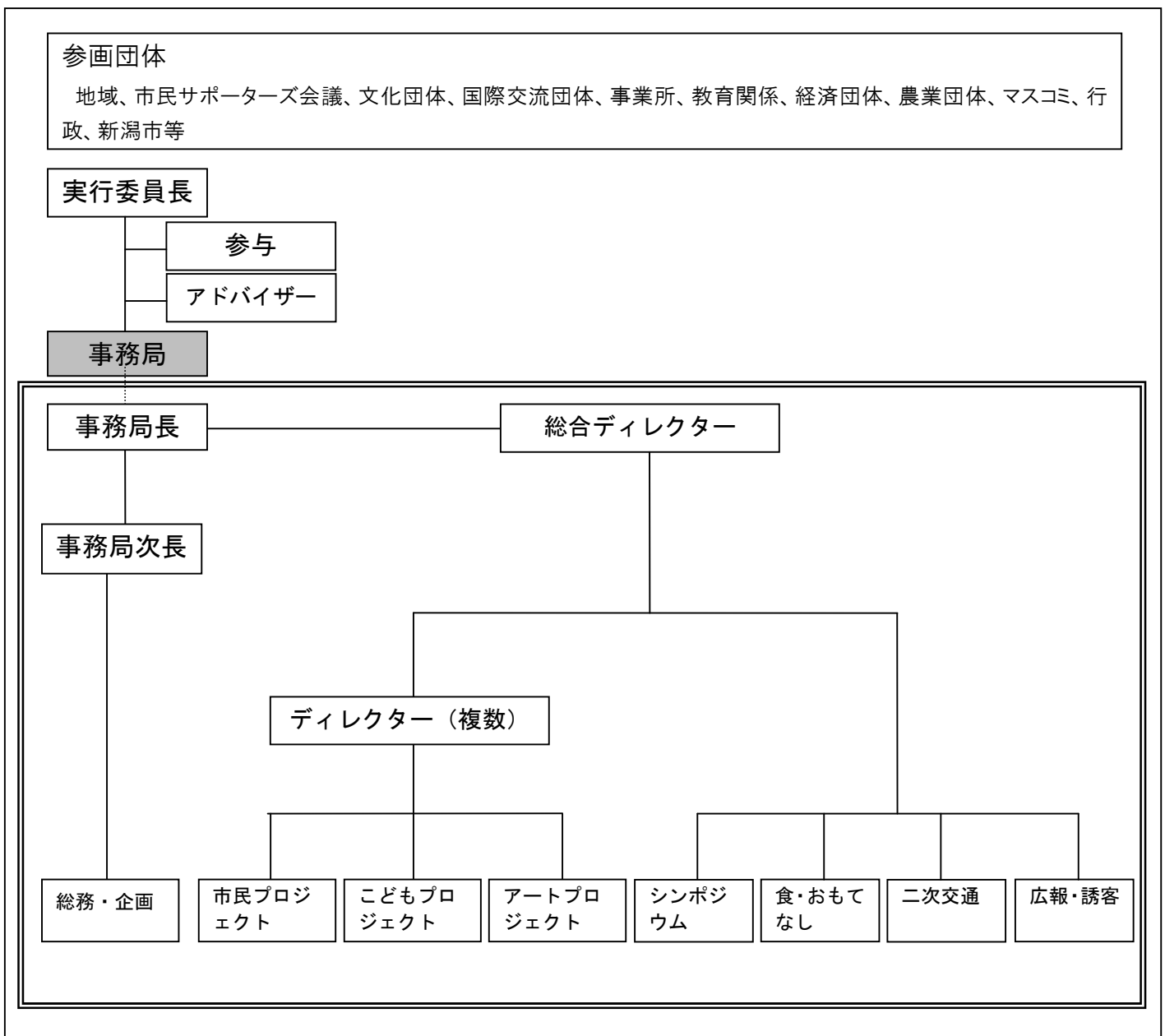
Ⅸ 組織体制

各種団体からなる実行委員会組織を想定する。

実行委員会の事務局は新潟市が担うことを想定し、芸術祭の中核を担う事業については、統括者として総合ディレクターを配置する。総合ディレクターの監督のもとに複数のディレクターを置くなど、各事業を効果的、かつ、円滑に推進できる体制を検討する。

また、サポーターについては、事業全体の構想、企画、運営等を実行委員会と協働で行うことができる仕組みを検討する。

水と土の芸術祭2018実行委員会



※実行委員会役員、総合ディレクター及び各ディレクター等の人選等については未定。

X スケジュール

項目	28年度(2016年)		29年度(2017年)				30年度(2018年)		
	10月~12月	1月~3月	4月~6月	7月~9月	10月~12月	1月~3月	4月~6月	7月~9月	10月~12月
芸術祭実施								芸術祭開催(期間・時期要検討)	
市民意見	市民意見の聴取・検討		市民意見の聴取・検討		市民意見の聴取・検討				
実行委員会		基本計画案の検討・作成		実施計画案の検討・作成					
総会等		企画・制作・実施							
参与・ディレクター等		ディレクター等決定							
市民プロジェクト									
募集					公募				
審査・決定						選定		実施	
アート作品									
作品募集			作家選定等						
作品制作・展示						作品制作・展示			
広報・誘客									
ホームページ			立ち上げ	随時情報発信					
プレスリリース			随時発信						
広報			随時発信						
プロモーション活動			市内イベント、他都市連携等で随時情報発信						
広域連携			関係自治体・団体等と協議し、広報・誘客等で連携						

※新潟市議会には、随時進捗状況等についての報告を行うものとする。