

令和3年度

我が国の文化芸術フェスティバルの海外発信に係る調査分析、
シンポジウム等の企画・運営委託業務

報告書

2022/3

一般社団法人 芸術と創造
Platform for Arts and Creativity

創造
芸術
Platform for
Arts and Creativity

1 本事業の概要

2 国際文化芸術発信拠点形成事業の成果検証

2-1 採択団体・有識者ヒアリング結果

2-2 国内主要フェスティバルに関するアンケート調査結果

2-3 各種調査結果を元にした主な成果と課題の整理

3 世界の国際芸術祭に係る調査・分析

3-1 近年注目度を高める国際芸術祭

3-2 主要な国際芸術祭のモニタリング指標・KPI

3-3 コロナ禍における国際芸術祭の開催状況

4 シンポジウムの企画・運営

4-1 シンポジウムの企画・運営内容

4-2 シンポジウムの反応

1 本事業の概要

2 国際文化芸術発信拠点形成事業の成果検証

2-1 採択団体・有識者ヒアリング結果

2-2 国内主要フェスティバルに関するアンケート調査結果

2-3 各種調査結果を元にした主な成果と課題の整理

3 世界の国際芸術祭に係る調査・分析

3-1 近年注目度を高める国際芸術祭

3-2 主要な国際芸術祭のモニタリング指標・KPI

3-3 コロナ禍における国際芸術祭の開催状況

4 シンポジウムの企画・運営

4-1 シンポジウムの企画・運営内容

4-2 シンポジウムの反応

事業の背景と目的

- 我が国の文化芸術フェスティバルは全国各地で行われているものの、文化芸術フェスティバルを含む文化芸術イベントを旅行目的として訪日する割合は依然として低いため、さらなるインバウンド拡充に向けて海外発信力強化が必要不可欠である。また、地域経済活性化の推進手段として、文化芸術と他の分野との有機的連携が図られつつ最大限活用されているとは言えず、波及効果も限定的となっている。
- このような課題を踏まえ、文化庁では国際文化芸術発信拠点形成事業（以下「国際拠点形成事業」という。）を平成30年度から実施しており、文化芸術フェスティバル等の文化芸術事業の海外発信力の強化等に注力しているところである。
- また、令和4年度は国際拠点形成事業による支援対象事業の支援期間（最大5年）の最終年度であるため、国際拠点形成事業の成果や課題を検証するとともに、今後の芸術祭支援方策についても検討していく必要がある。
- 一方、新型コロナウイルス感染症の影響により、芸術祭の開催手法や発信方法の見直しが求められている。昨年度のシンポジウムのアンケートにおいても、依然としてウィズコロナでのフェスティバルのあり方に関するシンポジウムに対するニーズが高い。
- そこで、国際拠点形成事業の成果検証を行うとともに、我が国の国際文化交流に資する大規模芸術祭を中心に国際的評価向上に向けた課題を抽出した上で、国際芸術祭の開催効果、共通的要件、KPI 等を調査・分析することで、今後の国としての芸術祭支援方策の検討等に活用する。
- 併せて、ウィズコロナやアフターコロナを見据えた芸術祭のあり方に関するシンポジウム等を開催し、最新事例やノウハウを提供するとともに、参加団体間での情報共有の場づくりを行うことで、芸術祭実施団体のネットワーク構築を促進する。

（本事業仕様書より引用）

事業の実施内容

■ 本調査における調査内容は以下のとおり。

- 国際文化芸術発信拠点形成事業の成果検証（第2章に該当）
- 世界の国際芸術祭に係る調査・分析（第3章に該当）
- シンポジウムの企画・運営（第4章に該当）

■ 「国際文化芸術発信拠点形成事業の成果検証（第2章に該当）」については、以下の2つの視点の調査を行い、過去事業の結果等も踏まえながら「各種調査結果を元にした主な成果と課題の整理」を行った。

- 採択団体・有識者ヒアリング結果（2 - 1に該当）
「国際文化芸術発信拠点形成事業の採択団体」及び「国際文化芸術発信拠点形成事業に関する有識者」へのヒアリング
- 国内主要フェスティバルに関するアンケート調査結果（2 - 2に該当）
全国（約12,000人）及びフェスティバルの主な開催市区町村の住民を対象としたアンケート

■ 「世界の国際芸術祭に係る調査・分析（第3章に該当）」については、以下の3つの視点の調査を行った

- 近年注目度を高める国際芸術祭
- 主要な国際芸術祭のモニタリング指標・KPI
- コロナ禍における国際芸術祭の開催状況

※「近年注目度を高める国際芸術祭」、「主要な国際芸術祭のモニタリング指標・KPI」については、それぞれ仕様書に記載の「国際芸術祭の国際的評価向上等に係る調査・分析」、「国際芸術祭の開催効果、共通的要件、KPI 等のあり方に係る調査・分析」に対応。

※「コロナ禍における国際芸術祭の開催状況」については、仕様書には記載がないが、シンポジウムの開催に伴い、情報提供のために整理したものである。

1 本事業の概要

2 国際文化芸術発信拠点形成事業の成果検証

2-1 採択団体・有識者ヒアリング結果

2-2 国内主要フェスティバルに関するアンケート調査結果

2-3 各種調査結果を元にした主な成果と課題の整理

3 世界の国際芸術祭に係る調査・分析

3-1 近年注目度を高める国際芸術祭

3-2 主要な国際芸術祭のモニタリング指標・KPI

3-3 コロナ禍における国際芸術祭の開催状況

4 シンポジウムの企画・運営

4-1 シンポジウムの企画・運営内容

4-2 シンポジウムの反応

本節の概要（1 / 2）

➡令和3年度の国際拠点形成事業採択事業者にヒアリング。事業の成果・課題等に係る認識を把握。

- 国際拠点形成事業全体として、各採択事業への支援を通じて創出された効果を分析・評価するために、令和3年度の当該事業全採択事業者（8事業者※）にヒアリングを行った。ヒアリングの項目は以下のとおりである。

※Reborn-Art Festival実行委員会、六本木アートナイト実行委員会、豊島区、横浜市、静岡市、京都府、香川県、北九州市

■ 貴団体の取り組み内容及び課題について

※ここでの国際発信力とは、「芸術関係者による質の評価・注目度の向上」、「インバウンド来場者の拡大（向けた評価・注目度の向上）」のそれぞれをさしています。

- 国際発信力向上に係る団体内での意識
- 国際発信力向上に向けた中長期的な戦略
 - どのような領域でどのようなポジションを目指したいか。それをどのように達成しようとしているか。
- 国際発信力に関する現状認識と向上に向けた課題

■ 取組内容の内部評価について

- 事業として掲げているKPI及びKPIの把握のための手法、当該KPIの設定の理由
※文化庁より、過去の実施計画書・実績報告書などの提供を受けており、そこで記載の内容についてお伺いします。
- 参加者数、経済波及効果、その他の指標と目標値の算出方法、設定・算出にあたっての課題

■ 国際文化芸術発信拠点形成事業について

- 事業を通じて可能となったこと
- 事業の申請・事業運営において困っていること・改善に係る意見
- （他の文化庁助成金の採択を受けている場合）
他の助成金と比較した際の、国際文化芸術発信拠点形成事業の良いポイント・悪いポイント
- 国際発信力のある文化芸術拠点形成のため国に期待すること
- 国と地方自治体と民間のあるべき役割分担について

本節の概要（2 / 2）

➡あわせて、国際拠点形成事業採択事業の状況に詳しい有識者にもヒアリング。

- 文化政策に知見がある、国際拠点形成事業採択事業の審査経験がある、文化庁の委員等をつとめる等の条件を満たす有識者らに対してヒアリングを行った。ヒアリングの項目は以下のとおりである。

※発言者が特定される可能性があるため、対象とした有識者の名前は明記しないものとする。

- （他の文化庁助成金と比較して）国際拠点形成事業の成果に関する認識

- 事業目的を鑑みて何が成果だったと言えるか。
- 逆に何が達成できなかったか。なぜ達成できなかったか。

※国際拠点形成事業の目的：文化芸術を社会の基盤と位置づけ、文化資源によって付加価値を生み、社会的・経済的な価値を創出することにより、文化芸術立国の実現を図る。このため、地域の文化芸術の力を活用した国際発信力のある拠点の形成により、2020東京大会とその後を見据えた効果的な対外発信を行い、訪日外国人（インバウンド）の増加、活力ある豊かな地域社会の実現に資することを目的とする。

- 国際拠点形成事業の事業スキームの問題点

- 「事業目的」、「支援対象」、「支援内容」、「審査プロセス・体制」、「採択団体による評価・モニタリングプロセス」、「文化庁による評価・モニタリングプロセス」、「出し手側（文化庁等）の体制」等について感じられていること。
- 上記について、改善が可能なものについては改善案

- その他

- 長期助成（5年前提）の有効性の是非
- フェスティバルに限定した助成を維持することの政策的な意味合い・是非
- フェスティバルや地方自治体を対象にテーマを絞った支援スキームを設計する場合にニーズがありそうな支援・行うべき支援

注）一部、「国際文化芸術発信拠点形成事業」を「国際拠点形成事業」と省略表記

国際文化芸術発信拠点形成事業のメリット・成果（1 / 3）

- 国際拠点形成事業としての採択金額のバジェットの大きさに基づき、通常できない作品制作・作家招致等を行うことが可能に。

- ・国際拠点形成事業については、シンプルだがバジェットの大きさはありがたい。これを受けていることで、インパクトの有る試みはできている。ビッグネームなアーティストをアサインできている。（採択事業者）
- ・国際拠点形成事業は助成の規模が大きいのは助かる。また、国際性を求める部分が我々の事業にはあっている。（採択事業者）
- ・我々の事業は国際拠点形成事業の採択前から行っていた事業であったが、採択をきっかけに大きくすることができた。（採択事業者）

- 国際拠点形成事業の趣旨である、国際発信は多くの事業で強く意識されている。また、ステークホルダーの国際発信に向けた意思統一にも機能している。

- ・どうしても地方自治体は、地域のみが目が行きがちであり、作家も地元の人を使いたがるが、国際拠点形成事業に採択されていることで行政からも国際的な活動に関して理解を得られている。（採択事業者）
- ・普段は目先の事業にとらわれがちだが、国際拠点形成事業に採択されることで、国際発信に目を向けられるようになった。（北九州市）
- ・国際拠点形成事業によって国際広報に力を入れることができるようになった。インフルエンサーを招致したり、プレスリリースを打つなど。中韓も含めた多言語対応もできるようになった。（採択事業者）

- インバウンド拡大も意識。

- ・インバウンドの取り込みは強く意識をしている。特にアジア、なかでも台湾・香港からは多く取り込んでいる。（採択事業者）
- ・国際拠点形成事業はインバウンドに向けた取り組みにつながっている。（採択事業者）

国際文化芸術発信拠点形成事業のメリット・成果（2 / 3）

- コロナ禍で国際発信に取り組むためにオンライン化に注力した事業も多く、海外からの一定の反応が確認されている。

- ・（特定事業名）はこれまでリアルでしかやってこなかったが、国際発信を意識してオンラインとリアルの両方にて実施した。オンラインのチケットの購入者のうち約15%は海外からの購入だった。中国、韓国だけではなくクウェート、アメリカからの購入者もいた。（採択事業者）
- ・オンラインを通じて先端的な取り組みをしている。デジタルは海外からのアクセスが多い。特に、東南アジアが多かった。国際拠点形成事業を貰っているから何かやらなければというプレッシャーがある。作品の公募を行ったが、25%は海外からの応募だった。（採択事業者）

- 他の補助金と比べた場合の、国際拠点形成事業の自由度（目的・対象経費等）は採択団体からは好感されている。

- ・使い道について、比較のおおらかに見てくれており、活用しやすい。（採択事業者）
- ・国際拠点形成事業の自由度の高さはありがたい。（採択事業者）
- ・補助金としては活用しやすい。仕組みに関しては不満・苦労は感じていない。（採択事業者）
- ・自由度が高い補助金は有り難い。どうしても、自治体の文化予算はコロナ禍で削られてしまう。（採択事業者）

- （参考：より目的を絞った複数メニューを設けた大型補助金に移行すると仮定した場合に対する意見）
申請の負担増・採択金額の減少等を懸念する意見が多数であった。

- ・補助金の目的を絞り込んだ設計になってしまうと、目的ごとの補助申請額の上限額は低くなるのでは。（採択事業者）
- ・目的を定められてしまうと、それぞれの事業での申請になってしまう。補助金は混ぜることは難しいので、事業間の連携は起こりにくいのでは。（採択事業者）
- ・目的を限定されてしまうと手を上げづらくなる。（採択事業者）
- ・複数のメニューを同時並行的に申請する形になると、精算の事務負担が大きくなるのではないか。（採択事業者）

国際文化芸術発信拠点形成事業のメリット・成果（3 / 3）

- 国際拠点形成事業は原則5年間の採択となっており、中長期的な事業構築・ノウハウの継承において有効であるとの評価がされている。

- ・国際拠点形成事業に関しては複数年となっている部分が有り難い。毎回の申請となると、ノウハウが一旦途切れてしまう。特に我々の事業は毎年やっているものではないので5年間の前提はありがたい。（採択事業者）
- ・国際拠点形成事業のおかげで最大5年間という期間のなかで長期的な計画を組むことができる。（採択事業者）
- ・複数年を前提としているのは有り難い。（採択事業者）
- ・国際拠点形成事業は5年というスパンで試行錯誤できるので有り難い。（採択事業者）
- ・5年間の長期助成は中長期的な視点での事業構築において有効であると考えられ、以前より文化芸術関係者からは望まれていたこと。それが実現されたことは高く評価したい。（有識者）

- 5年間の前提は、体制構築の強化にもつながっている。これは国際拠点形成事業の特色ともなっている。

- ・国際拠点形成事業の採択を受け外部の人を雇うことにためらいがなくなった。我々の事業に関わる人も、事業を目の当たりにして学ぶことが多いであろう。人材育成の観点から様々な人々に業務を経験してもらいたいと思っている。我々としても学ぶことも多い。（採択事業者）
- ・文化庁の他の補助金と比べても体制構築を重視している点は国際拠点形成事業が差別化できている部分である。実際に現地のスタッフを雇用し体制を強化できている事業も生まれてきている。文化庁はこれまで文化関係の組織を経営体として捉えられてこなかったため、このポイントは重要。（有識者）

国際文化芸術発信拠点形成事業への要望・課題（1 / 7）

- 国際拠点形成事業の採択をきっかけに必ずしも本事業（文化庁の大型補助金）がなくとも、同じような形で事業を続けられる状況を構築できていない事業が多い。

- ・補助金が無くなってしまうと（特定事業名）が継続できるかどうか怪しい。（採択事業者）
- ・国の支援がなくなったら、我々としては前の事業規模に戻すしかないだろう。（採択事業者）
- ・国際拠点形成事業を受けたからにはその趣旨に沿った活動を行うし、その支援がなくなったらそのような取り組みは行わないだけ。（採択事業者）
- ・文化庁の支援がなくなったら我々の事業では入場料を上げなくてはならなくなる。その場合にどうなるかわからない。（採択事業者）
- ・我々の事業は文化庁から支援を受けることを想定して事業を組み立てている。これがなくなると規模と質に影響がでる。（採択事業者）

国際文化芸術発信拠点形成事業への要望・課題（2 / 7）

- “自立化”の道筋・在り方について、文化庁としてしっかりとした考えを持つべきであるという指摘もあった。

- ・自立すべきとうたっているが、その定義が文化庁や自治体で正しく認識されていない。そもそも申請事業は非営利事業なので、事業収入だけで利益を上げることはできない。様々な助成金や寄附金、事業収入などをバランスよく構成し、リスクヘッジしながら、継続可能性を高めていくことが重要。それを自立と呼んでいる。そのためには、アカウントビリティの向上が必要でそれをやるための準備を支援してあげることが必要。（有識者）
- ・国際拠点形成事業を受けることで国際発信に向けた取り組みを強化できている。ただ、金銭的な自立という点に関しては、我々の事業は文化庁の支援がないなかで始めた事業なので、そういう意味では元々自立している。文化庁は、各種事業に関する自立や持続可能性のあり方について真剣に考える必要がある。（採択事業者）

- 文化庁として本事業に係る確固たる方針・戦略を持っていないのではないかという手厳しい意見もあった。

- ・文化庁として事業の方向性が導けていない印象。文化庁も色々と悩んでいるのだらうと推測している。（採択事業者）
- ・文化庁は国際拠点形成事業をより効果的に運営するために具体的な改善案を持っているのか疑問。（採択事業者）
- ・発信拠点を作るためには、具体的にどういふことが必要なかを定義し、それを具体的にどのように評価するかを予め文化庁から提示し、それに当てはまる事業を応募していく必要があるのではないか。（有識者）

国際文化芸術発信拠点形成事業への要望・課題（3 / 7）

- 社会的効果や国際発信力の向上を測るものなど適切なKPI設定は多くの事業の課題となっている。

また、国際拠点形成事業で報告が求められる「訪日外国人の参加者数」についても事業単独では計測不能との意見が多数。文化庁として一定程度の指針を示すべきという意見も。

- ・何をKPIとして設定するのが適切なかがわからない。国際拠点形成事業では、「訪日外国人の参加者数」の記載が求められるが、それを判別する方法がない。他の事業はどうしているのだろうか。経済波及効果もしっかりと算出しようとすると負担。（採択事業者）
- ・実際のところ訪日外国人の判別はできない。見定める事自体が難しいので事業に「訪日外国人の参加者数」をKPIとするのは無理がある。（採択事業者）
- ・インバウンドに関しては外国人の県内宿泊者数をKPIとしている。観光庁のデータを活用している。また、Webのアクセス数を分析しているので、アクセスの国別割合は把握している。我々の事業のみで、どこの国から来たかを把握することは難しい。（採択事業者）
- ・我々の事業では観光動態調査を元に外国人数を割り出している。我々の事業だけにきている外国人数はカウントできない。（採択事業者）
- ・我々の事業の目的は市のプレゼンスを上げていくことであるが、それをどのように評価すればよいのか困っている。アウトカムで考えていけないのかもしれない。現段階では参加者数と経済波及効果を見ている。海外からどのように見られているかを本来は評価すべきなのだろうが、客観的な把握はしづらい。自治体が把握できることは限界がある。（採択事業者）
- ・我々の事業に参加したアーティストがその後活躍したりしているが、我々の事業による効果として捉えづらい。入場者数、入場料収入等だけでは事業の効果は推し量られない。（採択事業者）
- ・KPIは申請の段階で職員が考えている。事業者に委託すればより検討が深まるのだろうが、それなりの費用が必要になるので、補助金を貰ってそれに充てるのは勿体ないのではないか。評価にあてるくらいなら事業費にまわしたい。文化庁からどういう指標を使うべきかの助言が欲しい。（採択事業者）

国際文化芸術発信拠点形成事業への要望・課題（4 / 7）

■ 清算業務に対しても様々な指摘があり、改善の余地があるかどうかを検証していくことが必要。

- ・精算の作業負担は大きい。もう少し負担を軽減できる運用があるのかもしれない。（採択事業者）
- ・精算に関して今ある要綱に、より細かな規定が盛り込まれると有り難い。（採択事業者）
- ・精算に関して要綱にて細かな規定はされていないため、いざ書類を提出してみると、要綱に書かれていないことについても指摘をされ、認めてもらえないことがある。何がだめで、何が良いかをきちんと明文化してほしい。（採択事業者）
- ・地方創生交付金などはもっと簡易である。基本的には、補助金の自由度を増して、地方に自分が考えてやらせるというトレンドにあるのでは。規定を細かくすればするほど、自治体側の負担が増えるので、補助金は自由度が高ければ高いほどよい。（採択事業者）
- ・実績報告を4月の中旬に行うのは厳しい。3月31日に締めて、団体の決算期が年度明けになるので、その前に精算業務を行わなくてはならない状態。（採択事業者）

国際文化芸術発信拠点形成事業への要望・課題（5 / 7）

- 伴走型支援の必要性・有効性、事業間のノウハウ共有や海外広報支援の必要性を訴える意見も。

- ・文化庁は伴走型支援を行うべきではないだろうか。（採択事業者）
- ・自治体に対するハンズオンコーチングはあっても良い。テーマを特定して、専門家を紹介もしくは派遣を行う。海外広報、富裕層対応などは効果がでるテーマではないだろうか。例えば、文化庁は文化観光も力を入れている。そちらは観光に重点があるから、その手段として文化財の磨き上げを求めている。必ずしも自治体側にノウハウがあるわけではないので助成ではコーチングをセットにしている。（有識者）

- ・国際拠点形成事業で補助金交付を受けている他の事業の事情を知りたい。（採択事業者）
- ・国際拠点形成事業以外でも、文化芸術による観光振興に成功している自治体も見られる。そのようなグッドプラクティスを紹介して、誘導していくことが重要なのではないか。（有識者）

- ・海外広報はディレクター等のチャンネルを使って行っているが、それとは違う高い視点からの広報を文化庁が担ってもらえると有難い。海外への発信をした場合に、発信するだけでなく、地域への誘客に具体的につながるような意識をしてもらえると有り難い。（採択事業者）

国際文化芸術発信拠点形成事業への要望・課題（6 / 7）

■ その他の意見（採択団体）

- ・有料公演は2年前から準備・調整しているので、審査結果によって取り止めることができない。（採択事業者）
 - ・公的な補助金は税金を原資にする以上、正当性を説明する必要があることは認識しながら、財産性のあるものに補助金を充てられないという点については不都合を感じている。建物・土地購入は駄目だというのはわかるが、設置型のアートなどは対象としても良いのでは。基本的には商取引の対象として考えられない。（採択事業者）
-
- ・文化庁や審査委員の一部の人しか我々の事業を視察していない。文化庁や審査委員にも姿勢が求められる。事業を見てもらわないと仕方がない。アーツカウンシルのような第三者機関をしっかりと作らないと駄目なのではないか。（採択事業者）
 - ・審査委員になっている方お一人お一人が、どれほど我々の事業について理解してくれているのか疑問に思うことがある。（採択事業者）

国際文化芸術発信拠点形成事業への要望・課題（7 / 7）

■ その他の意見（有識者）

- ・国際拠点形成事業はそもそも目的が多すぎる。クオリティを伴った海外発信やインバウンド拡大、地域の産官学との連携、障害者対応など社会的、経済的な価値付けの両方を求めている。これは、採択団体側としても厳しいのではないか。いずれかに絞ったほうが良い。審査委員も何を見てよいのかわからず判断がブレる。各事業に総花的に求めるのではなく、テーマを絞って重点拠点を作っていくといけない。文化庁として地域支援の補助金を別に用意しているのであれば、集客もしくはクオリティに特化して評価を行ったほうが良いのではないか。（有識者）
 - ・日本の行政はフェスティバルでわかりやすいものをやれと言う。1つのフェスのなかで芸術性とわかりやすさを共存させることが無理。どちらもだめになるので、本来は分けるべきなのではないか。（有識者）
 - ・そもそも自治体自体が入場者数に関心が強い。ツーリズム・インダストリーに注目するのは良いが、コンテンツの付加価値を高めることが重要。（有識者）
-
- ・審査や評価の場で各事業に指摘をすることになっているが、毎回同じようなことを指摘しているような気がする。何を言っても自治体には響かない。全事業のなかで自分たちの評価が何位だろうが、あまり関係ないのかもしれない。採択額が削減されても見直しをしようという動きが見えない。行政の担当者だと仕方ない部分もあるのかもしれない。（有識者）
 - ・体制を構築するためには長期助成は必要。それが上手く機能しなかったのであれば、長期助成が駄目だったのではなく、評価の問題だったのだろう。（有識者）
 - ・初年度は急に募集をかけ、応募しようとしたが、間に合わなかった団体も多かったのではないか。相当な基盤がないと応募できない事業。途中で再募集しても良かったのでは。（有識者）
 - ・舞台芸術は新型コロナウイルス感染症拡大の影響を相当受けた。それにも関わらず、文化庁は淡々と事業を続けていたのは疑問だった。不測の事態に対する国の柔軟性があまりにもないのではないか。予算を後ろ倒しにするなどできればよかったのだが。コロナさえなければ、大きな成果を上げていたかもしれない。（有識者）

1 本事業の概要

2 国際文化芸術発信拠点形成事業の成果検証

2-1 採択団体・有識者ヒアリング結果

2-2 国内主要フェスティバルに関するアンケート調査結果

2-3 各種調査結果を元にした主な成果と課題の整理

3 世界の国際芸術祭に係る調査・分析

3-1 近年注目度を高める国際芸術祭

3-2 主要な国際芸術祭のモニタリング指標・KPI

3-3 コロナ禍における国際芸術祭の開催状況

4 シンポジウムの企画・運営

4-1 シンポジウムの企画・運営内容

4-2 シンポジウムの反応

本節の概要（1 / 3）

➡全国（約12,000人）及び各事業の地元住民を対象にインターネットアンケートを実施。

- 国際拠点形成事業全体として、各採択事業への支援を通じて創出された効果を分析・評価するために、全国（約12,000人）及びフェスティバルの主な開催市区町村の住民を対象にインターネットアンケートを実施。
- 全国の結果は日本全体の縮図となるように割付を行った。

【実施日時】

- 2021年12月17日（金）～12月23日（木）

【実施方法】

- インターネットアンケート会社（クロス・マーケティング社）が保有するモニターに対するアンケートに対して実施。

【回収数】

- 全国：12,218人
- 国際文化芸術発信拠点形成事業の主な開催市区町村の居住者（以下、開催市区町村）
石巻市：155人 港区：415人 豊島区：507人 横浜市：651人
静岡市：501人 京都市：634人 高松市：460人 北九州市：445人

※「全国」と「開催市区町村」は別個に集計・分析（全国の分析には「開催市区町村」は含まれない）

【割付】

- 全国：性別（2区分）×年齢（6区分）×就労状況（4区分）×エリア（7区分）に分け（合計336区分）、政府統計（2020年労働力調査）に基づきの各区分の割合を算出、割合に基づき回収。
➡全国の結果は日本全体の縮図となるように設計。
- 開催市区町村：8つの開催市区町村のそれぞれについて、性別（2区分）×年齢（5区分）にわけ（合計10区分）、住民基本台帳に基づきの各区分の割合を算出、割合に基づき回収。

本節の概要（2 / 3）

⇒「国際文化芸術発信拠点形成事業」の採択事業 + α の16事業を対象。

【調査対象事業（採択事業者）】

- リボーンアート・フェスティバル（Reborn-Art Festival実行委員会）
- 六本木アートナイト（六本木アートナイト実行委員会）
- 東京芸術祭（豊島区）
- Dance Dance Dance @ YOKOHAMA（横浜市）
- 横浜音祭り（横浜市）
- ふじのくに せかい演劇祭（静岡市）
- ストレンジシード静岡（静岡市）
- 大道芸ワールドカップ in 静岡（静岡市）
- ARTISTS' FAIR KYOTO（京都府）
- Art Collaboration Kyoto（ACK）（京都府）
- KYOTO KOUGEI WEEK（京都府）
- 瀬戸内国際芸術祭（香川県）
- 北九州ポップカルチャーフェスティバル（KPF）（北九州市）
- 横浜トリエンナーレ
- 大地の芸術祭
- アース・セレブレーション

国際拠点形成事業（令和3年度）
の採択事業

※ベンチマークとして調査対象に追加。
※市区町村別調査では対象外（全国調査のみ対象）

本節の概要（3 / 3）

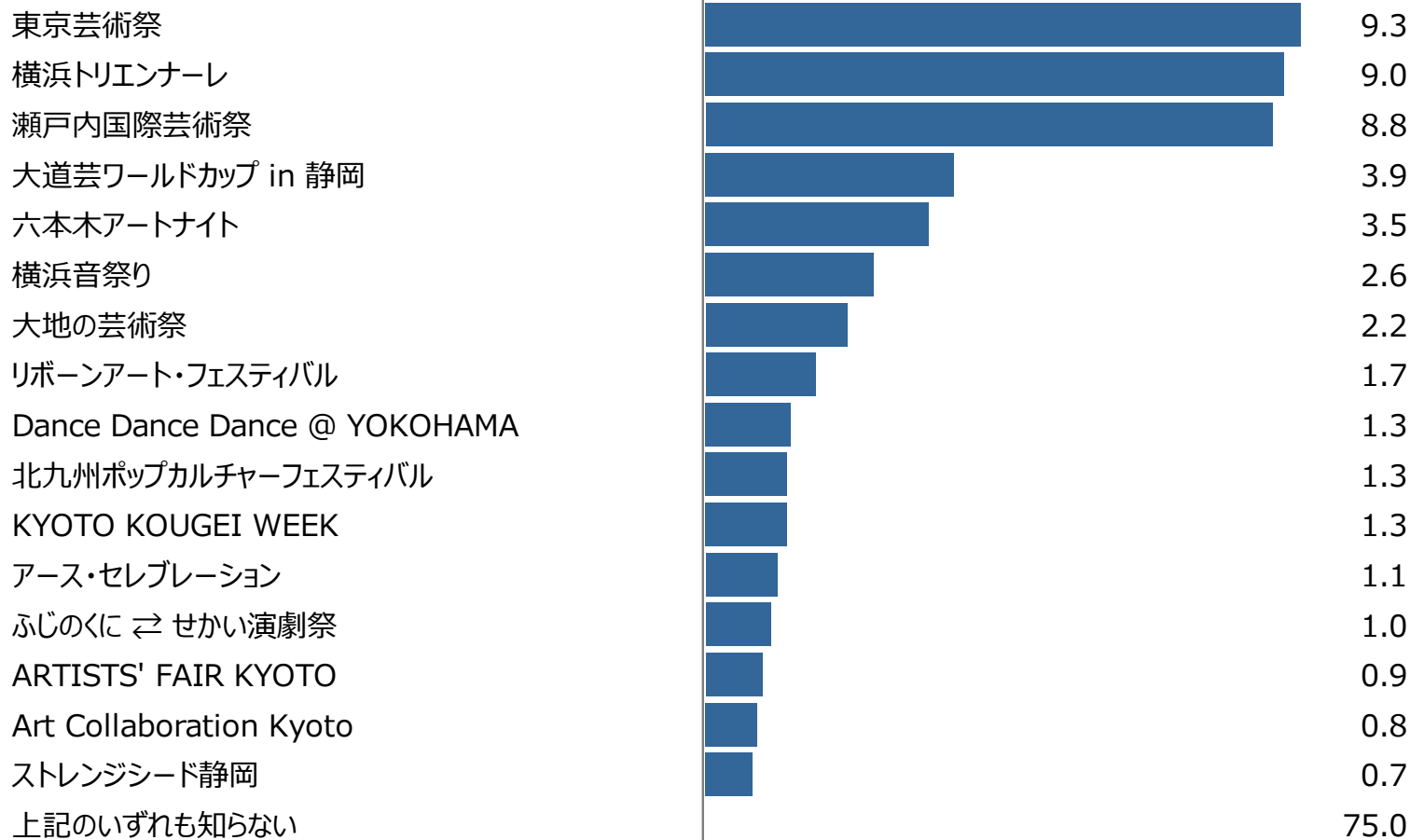
➡事業の認知度・訪問経験、事業の評価などを調査。

【調査項目】

- 基本属性（性別、年齢、居住都道府県・市区町村、婚姻状況、子供の有無、就労状況、業種、個人・世帯年収等）
- 芸術分野別鑑賞状況、関心
- 助成対象事業等の認知度、訪問経験
- 訪問理由、再訪意向（※訪問しているものについて）
- 訪問意向（※訪問したことがないものについて）
- 地域にとって重要な事業かどうか（※全国：訪問しているものについて、開催市区町村：認知しているものについて）
- 助成対象事業等の評価（各種視点から）（※全国：訪問しているものについて、開催市区町村：認知しているものについて）

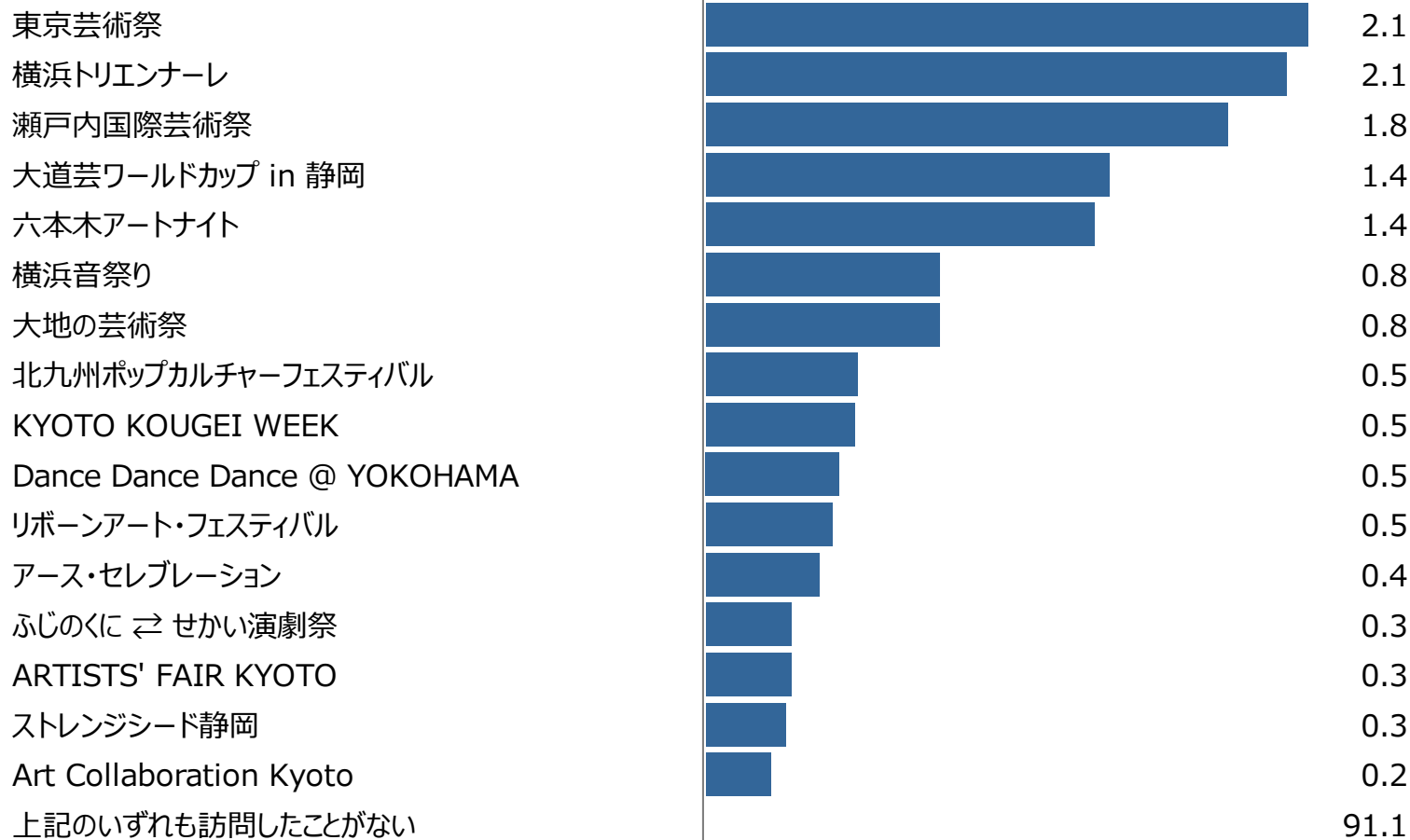
各フェスティバルの認知度

(単位：%)



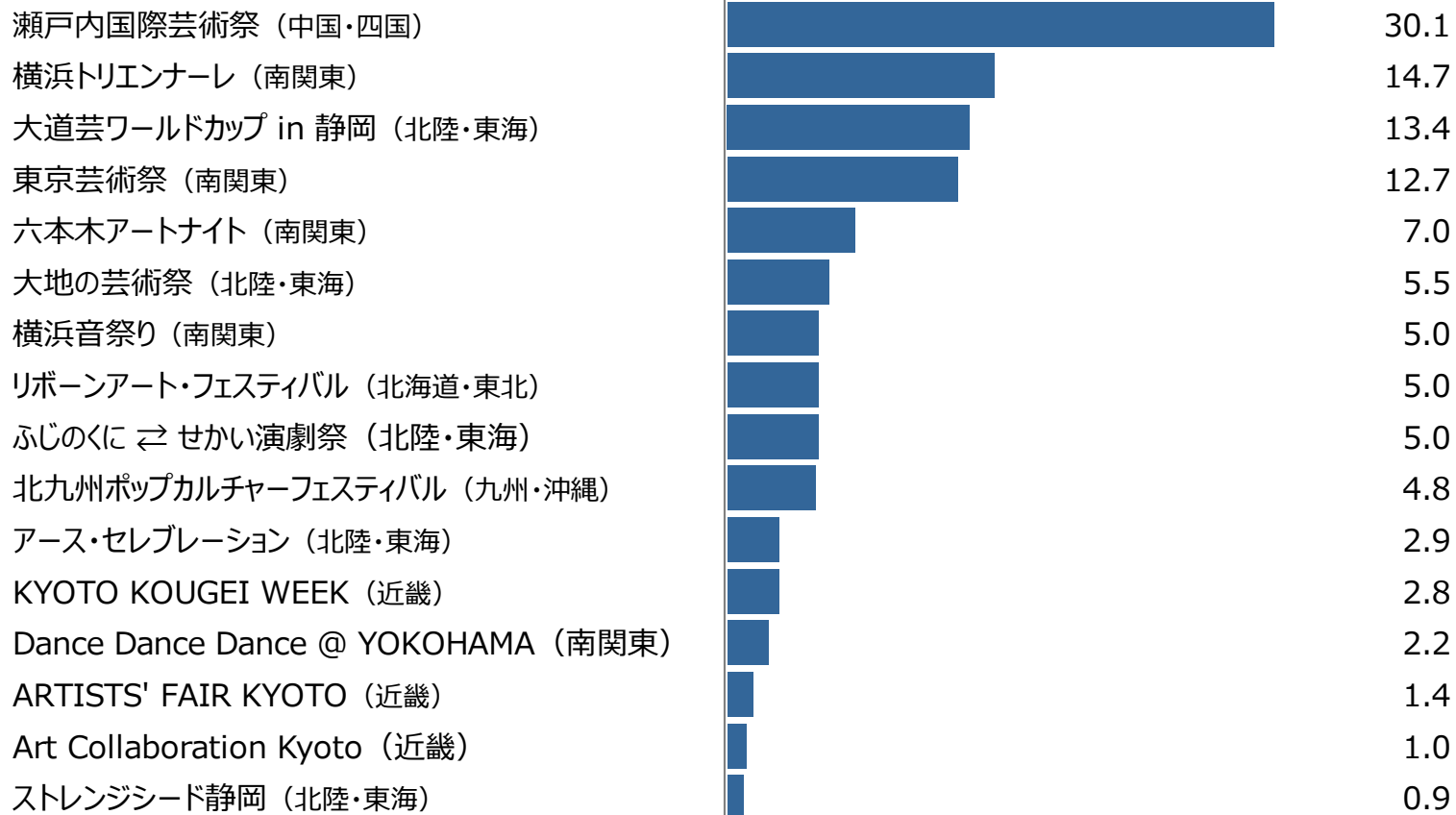
各フェスティバルの訪問経験

(単位：%)



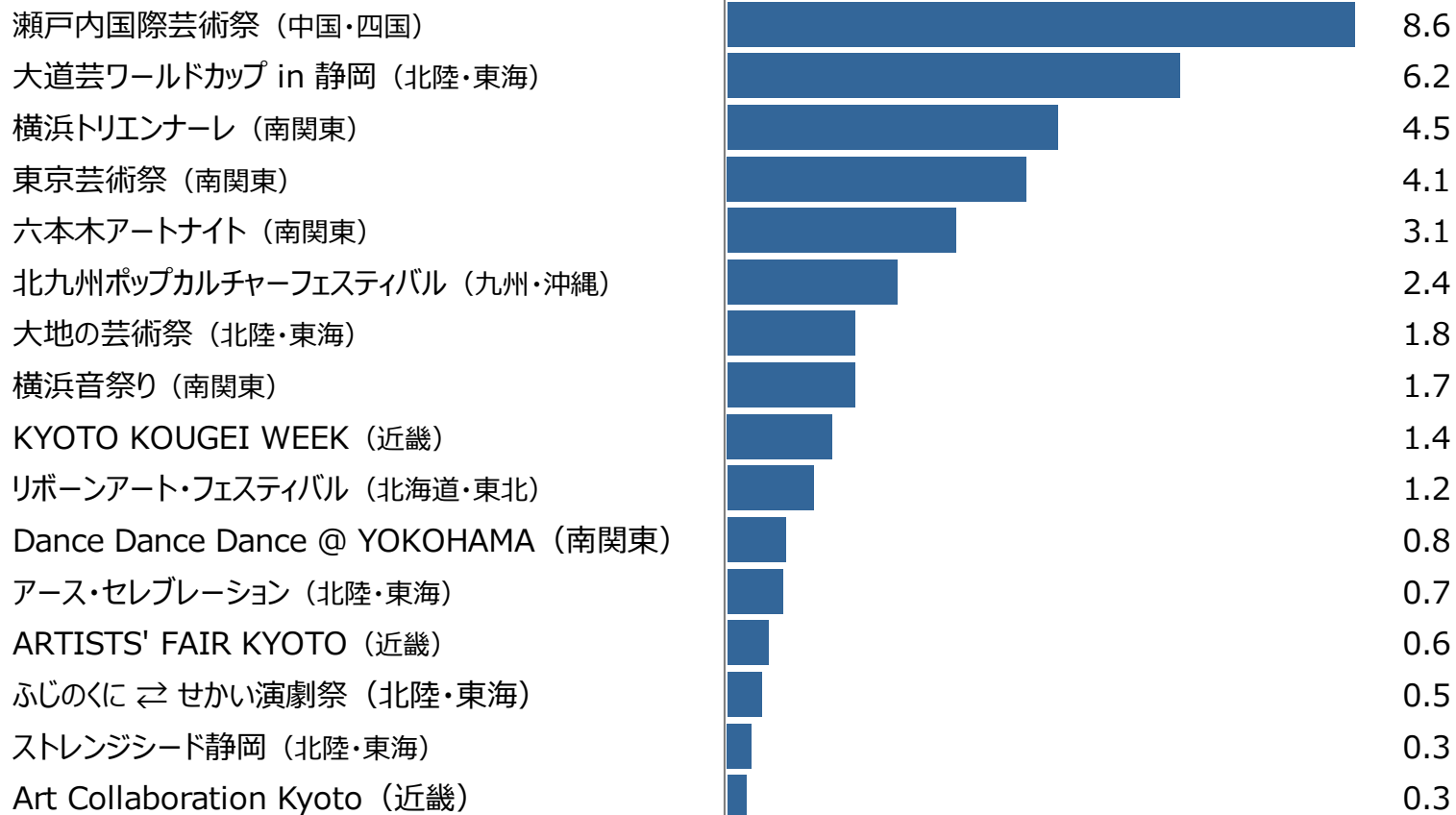
各フェスティバルの認知度

(単位：%)



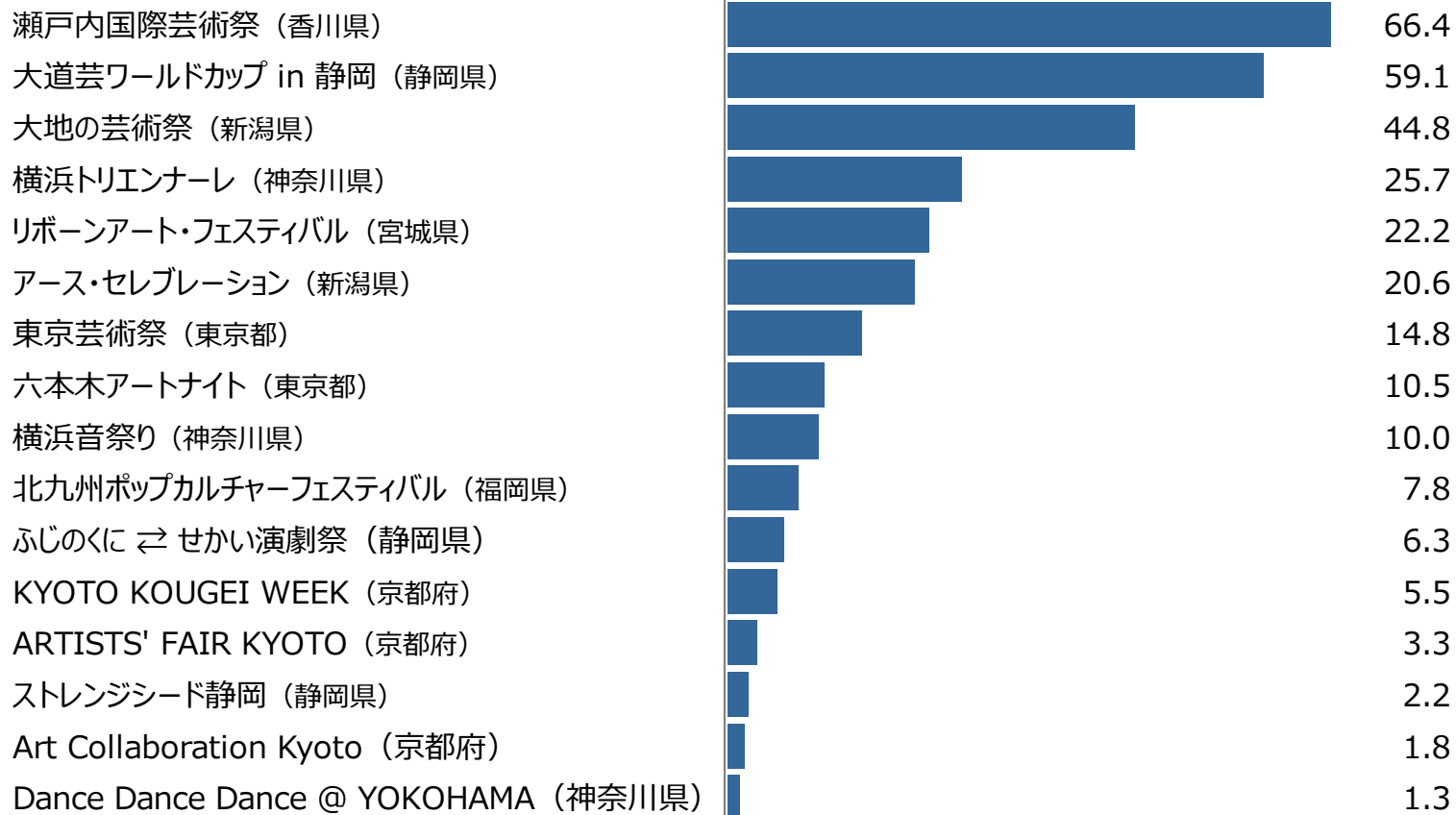
各フェスティバルの訪問経験

(単位：%)



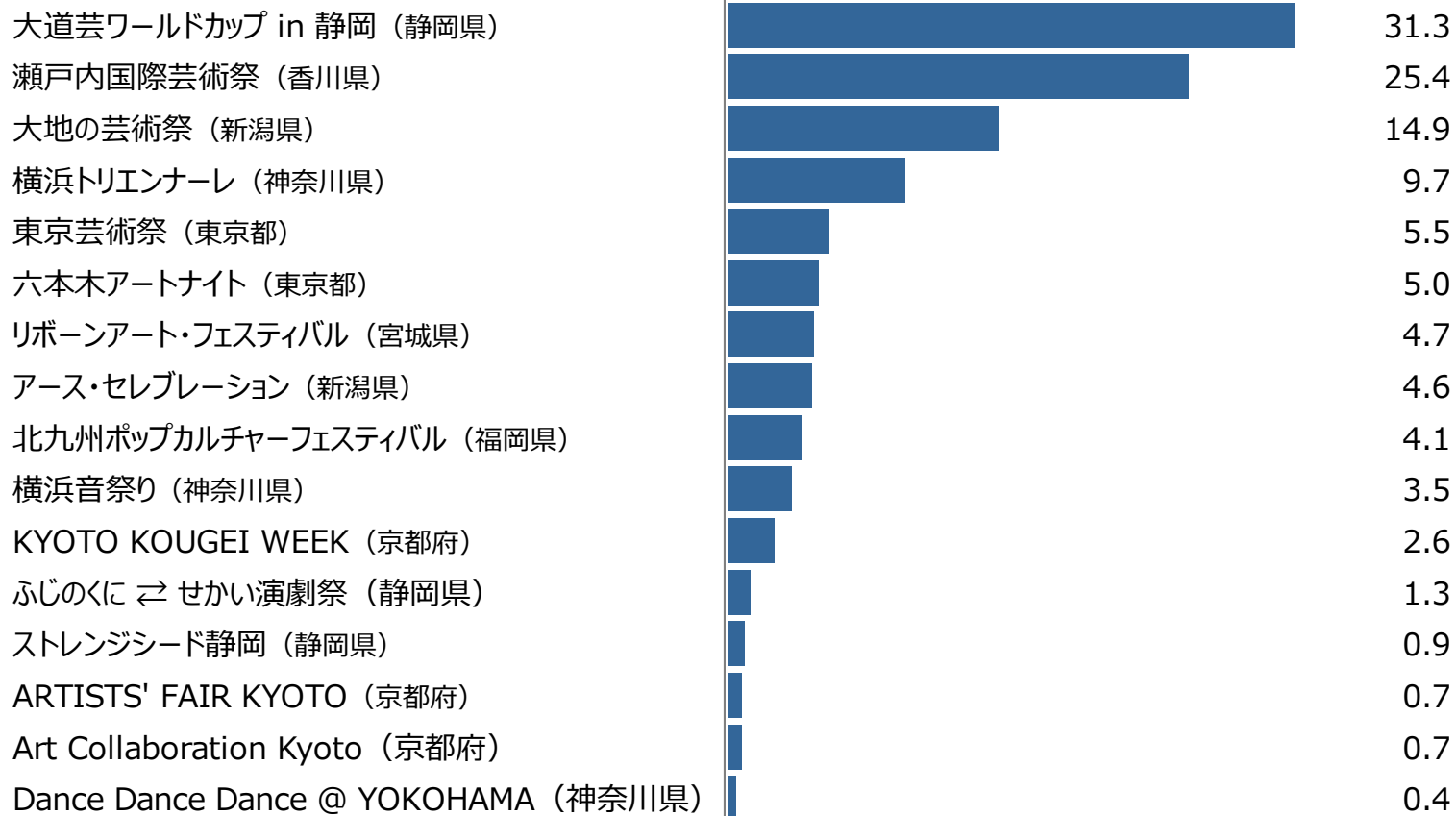
各フェスティバルの認知度

(単位：%)



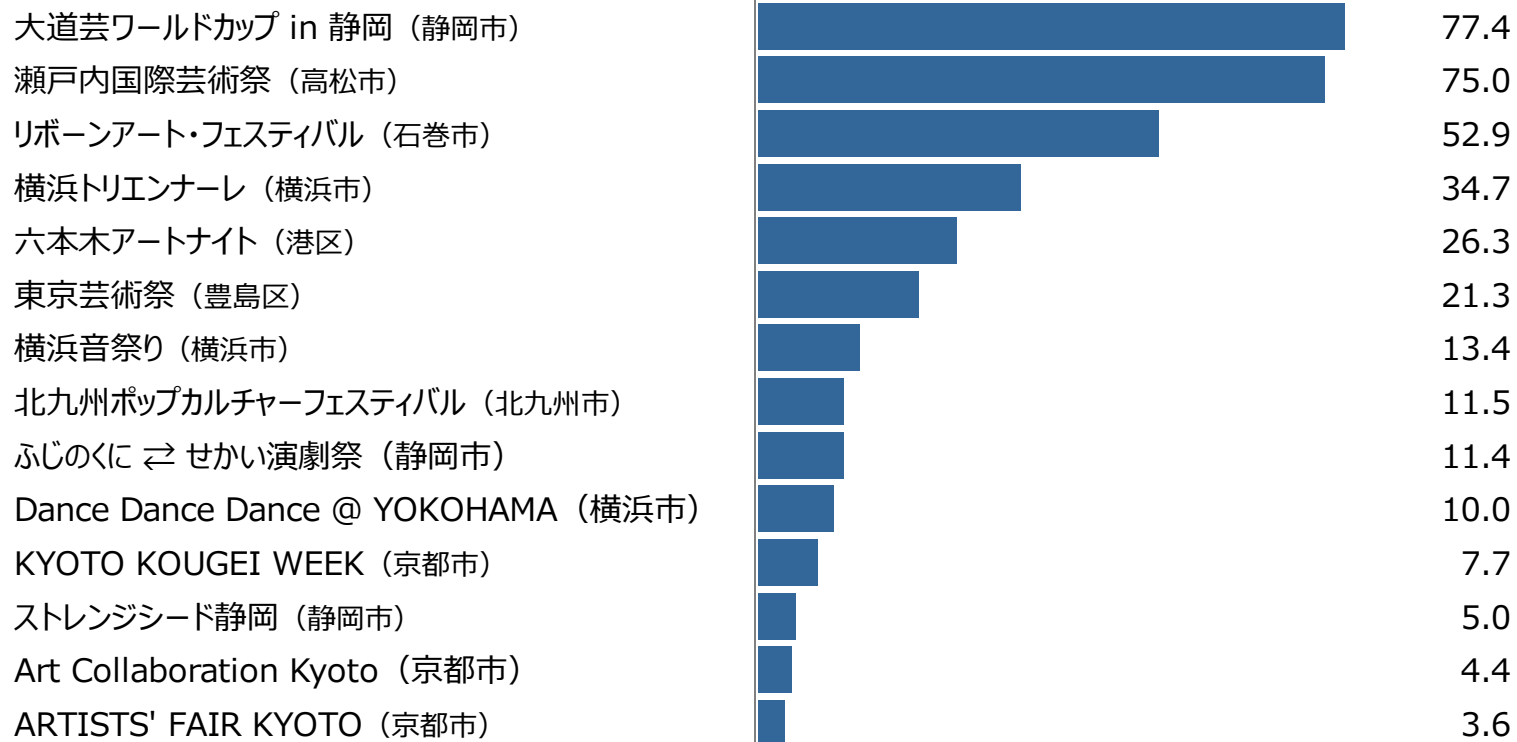
各フェスティバルの訪問経験

(単位：%)



各フェスティバルの認知度

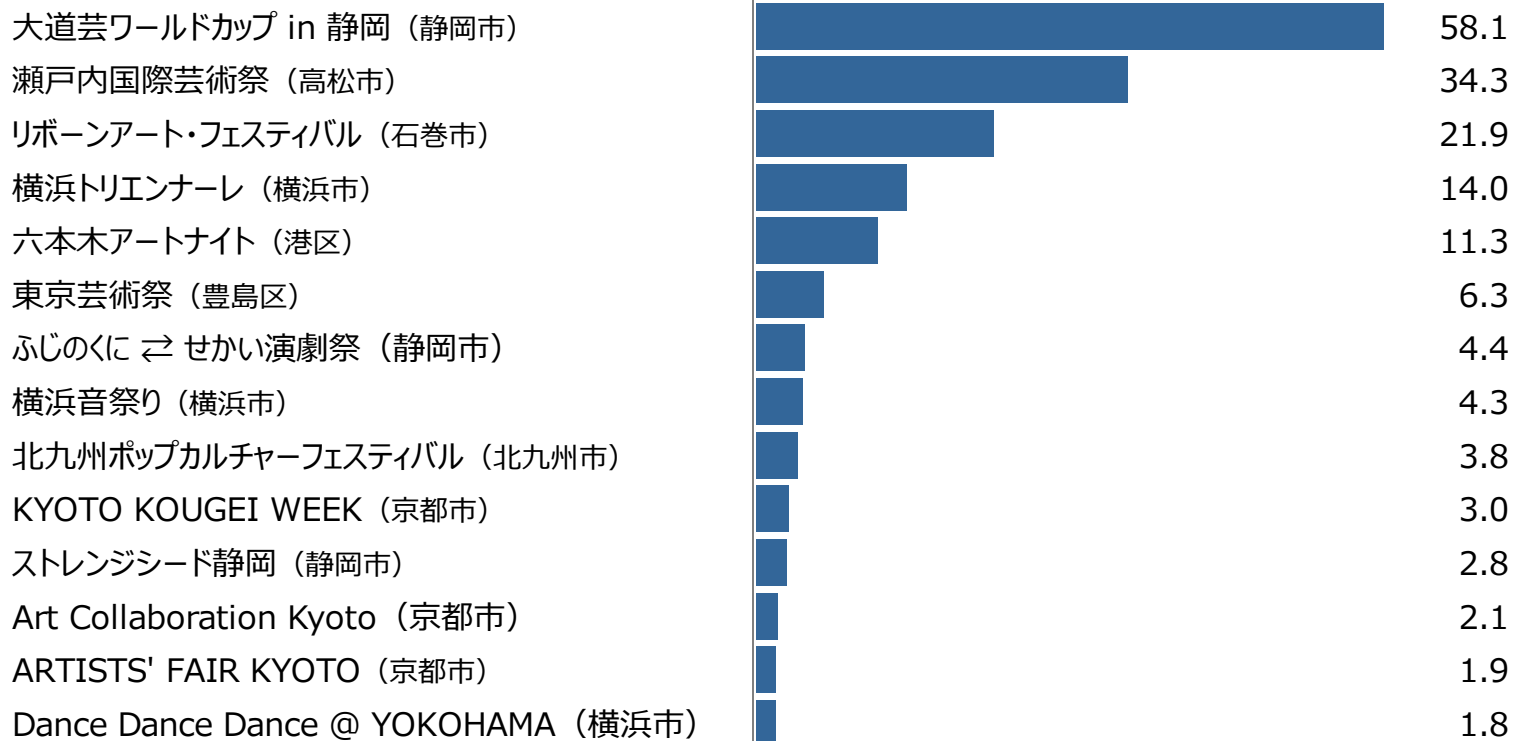
(単位：%)



※大地の芸術祭、アース・セレブレーションは、開催市区町村では調査対象外。

各フェスティバルの訪問経験

(単位：%)



※大地の芸術祭、アース・セレブレーションは、開催市区町村では調査対象外。

各フェスティバルの認知度・訪問経験（※上位7事業）

➡どの切り口においても上位にのぼる事業は比較的共通している。

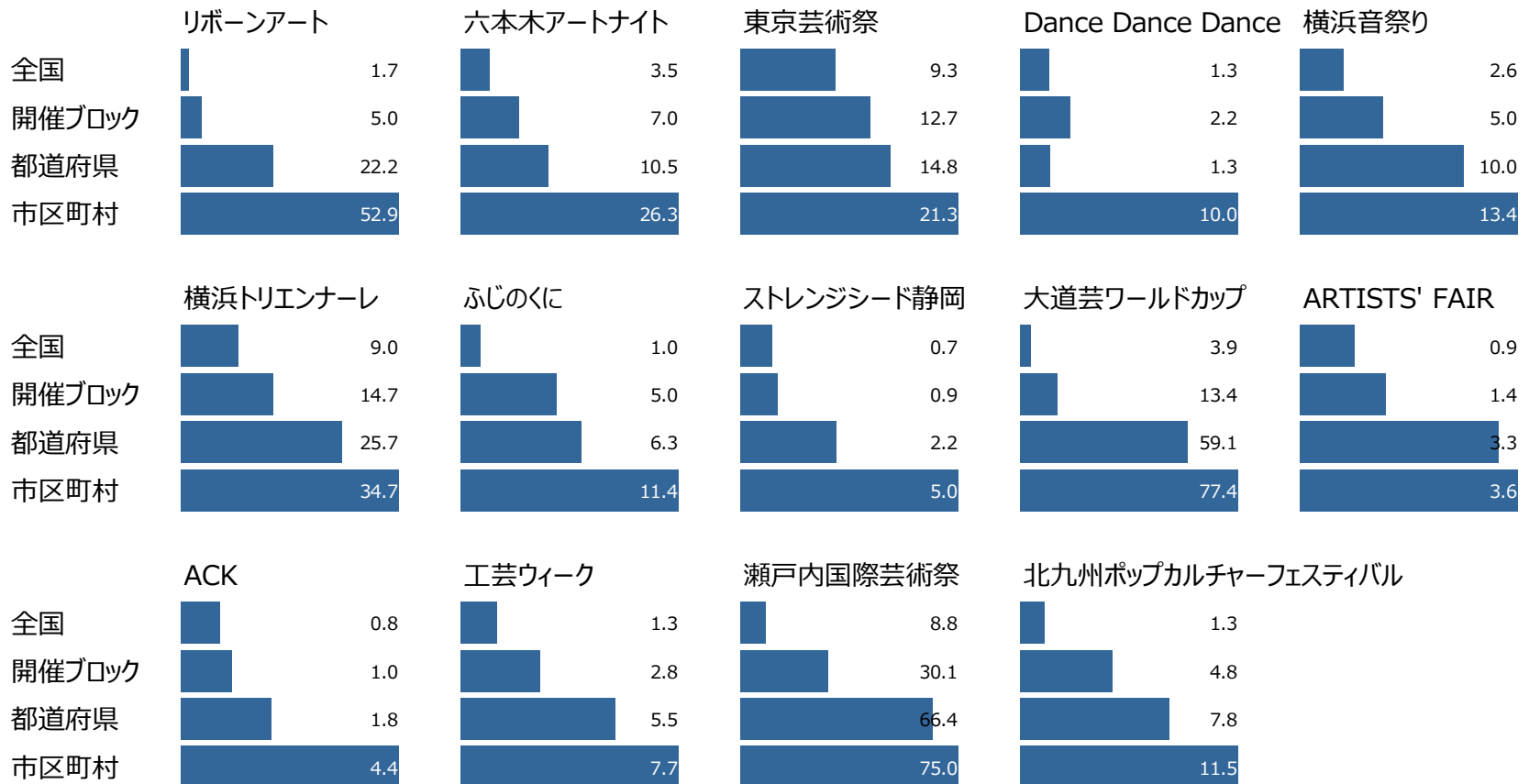
(単位：%)

	全国		開催ブロック		開催都道府県		開催市区町村	
認知	東京芸術祭	9.3	瀬戸芸（中国・四国）	30.1	瀬戸芸（香川県）	66.4	大道芸（静岡市）	77.4
	瀬戸芸	8.8	大道芸（北陸・東海）	13.4	大道芸（静岡県）	59.1	瀬戸芸（高松市）	75.0
	大道芸	3.9	東京芸術祭（南関東）	12.7	リボーン（宮城県）	22.2	リボーン（石巻市）	52.9
	六本木	3.5	六本木（南関東）	7.0	東京芸術祭（東京都）	14.8	六本木（港区）	26.3
	音祭り	2.6	音祭り（南関東）	5.0	六本木（東京都）	10.5	東京芸術祭（豊島区）	21.3
	リボーン	1.7	リボーン（北海道・東北）	5.0	音祭り（神奈川県）	10.0	音祭り（横浜市）	13.4
	ダンス・ダンス	1.3	ふじのくに（北陸・東海）	5.0	KPF（福岡県）	7.8	KPF（北九州市）	11.5
訪問経験	東京芸術祭	2.1	瀬戸芸（中国・四国）	8.6	大道芸（静岡県）	31.3	大道芸（静岡市）	58.1
	瀬戸芸	1.8	大道芸（北陸・東海）	6.2	瀬戸芸（香川県）	25.4	瀬戸芸（高松市）	34.3
	大道芸	1.4	東京芸術祭（南関東）	4.1	東京芸術祭（東京都）	5.5	リボーン（石巻市）	21.9
	六本木	1.4	六本木（南関東）	3.1	六本木（東京都）	5.0	六本木（港区）	11.3
	音祭り	0.8	KPF（九州・沖縄）	2.4	リボーン（宮城県）	4.7	東京芸術祭（豊島区）	6.3
	KPF	0.5	音祭り（南関東）	1.7	KPF（福岡県）	4.1	ふじのくに（静岡市）	4.4
	工芸ウィーク	0.5	工芸ウィーク（近畿）	1.4	音祭り（神奈川県）	3.5	音祭り（横浜市）	4.3

※「国際文化芸術発信拠点形成事業」の採択事業のみ表示。

参考) 各フェスティバルの認知度

(単位：%)

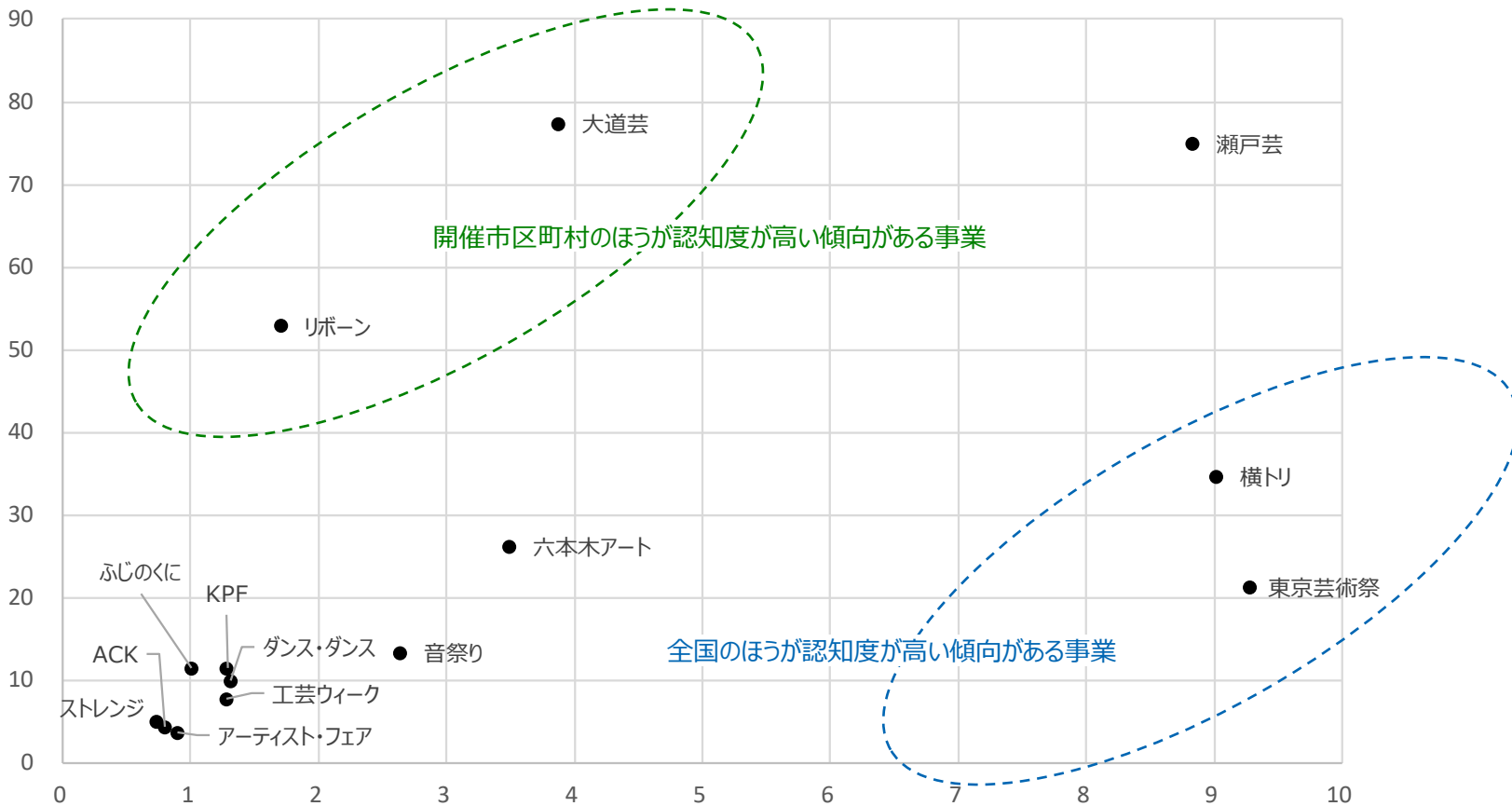


※「国際文化芸術発信拠点形成事業」の採択事業のみ表示。

各フェスティバルの認知度

⇒「大道芸」、「リボーン」は開催市区町村において、「東京芸術祭」は全国において認知度が高い傾向。

縦軸：開催市区町村（％）



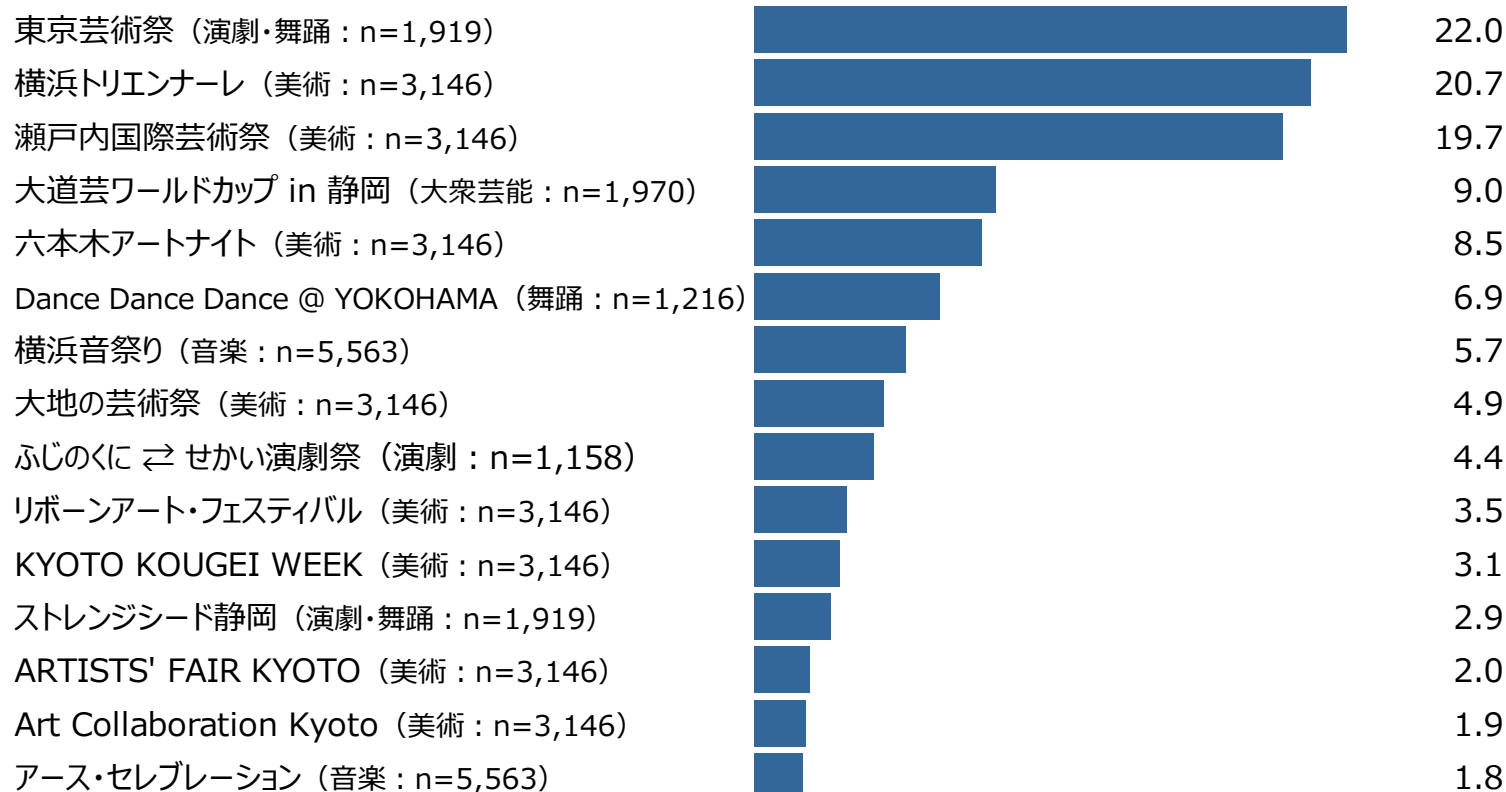
横軸：全国（％）

※大地の芸術祭、アース・セレブレーションは、開催市区町村では調査対象外。

【芸術分野関心別】各フェスティバルの認知度

⇒「東京芸術祭」、「瀬戸芸」などは当該分野の愛好家への訴求力が高い。

(単位：%)



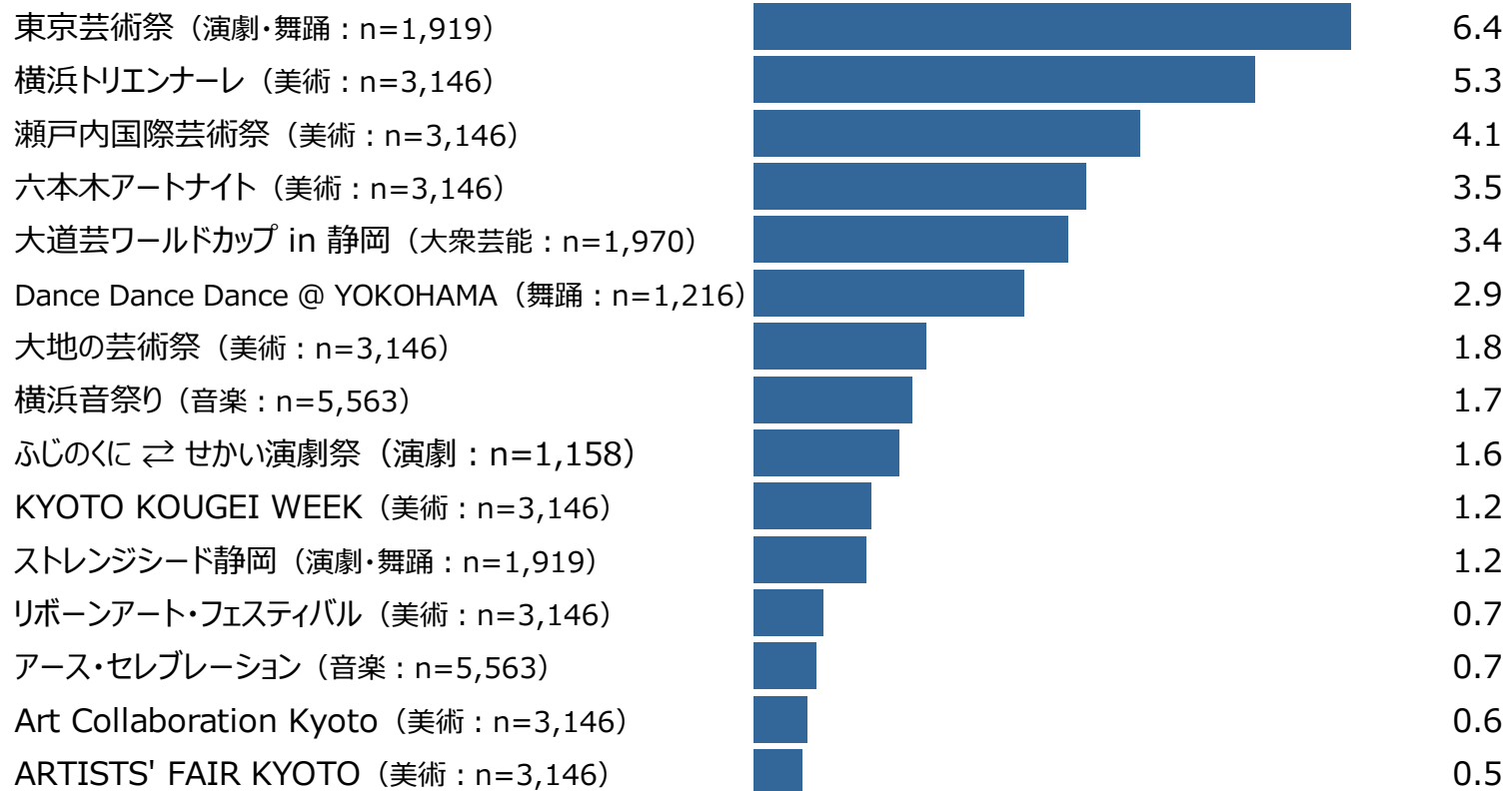
※事業名称の後ろの括弧は、クロスを取った関心分野を示す（例：横浜トリエンナーレは、「美術に関心があると解答した方」の横浜トリエンナーレへの認知度）。

※関心分野は、「次の分野を鑑賞することに関心がありますか」という設問に対して、10の芸術分野を選択（複数選択）した結果。

※関心分野の選択しにおいて「ポップカルチャー」は含めていないので、「北九州ポップカルチャーフェスティバル」は分析対象外としている。

参考)【芸術分野関心別】各フェスティバルの訪問経験

(単位：%)



※事業名称の後ろの括弧は、クロスを取った関心分野を示す（例：横浜トリエンナーレは、「美術に関心があると解答した方」の横浜トリエンナーレへの訪問経験）。

※関心分野は、「次の分野を鑑賞することに関心がありますか」という設問に対して、10の芸術分野を選択（複数選択）した結果。

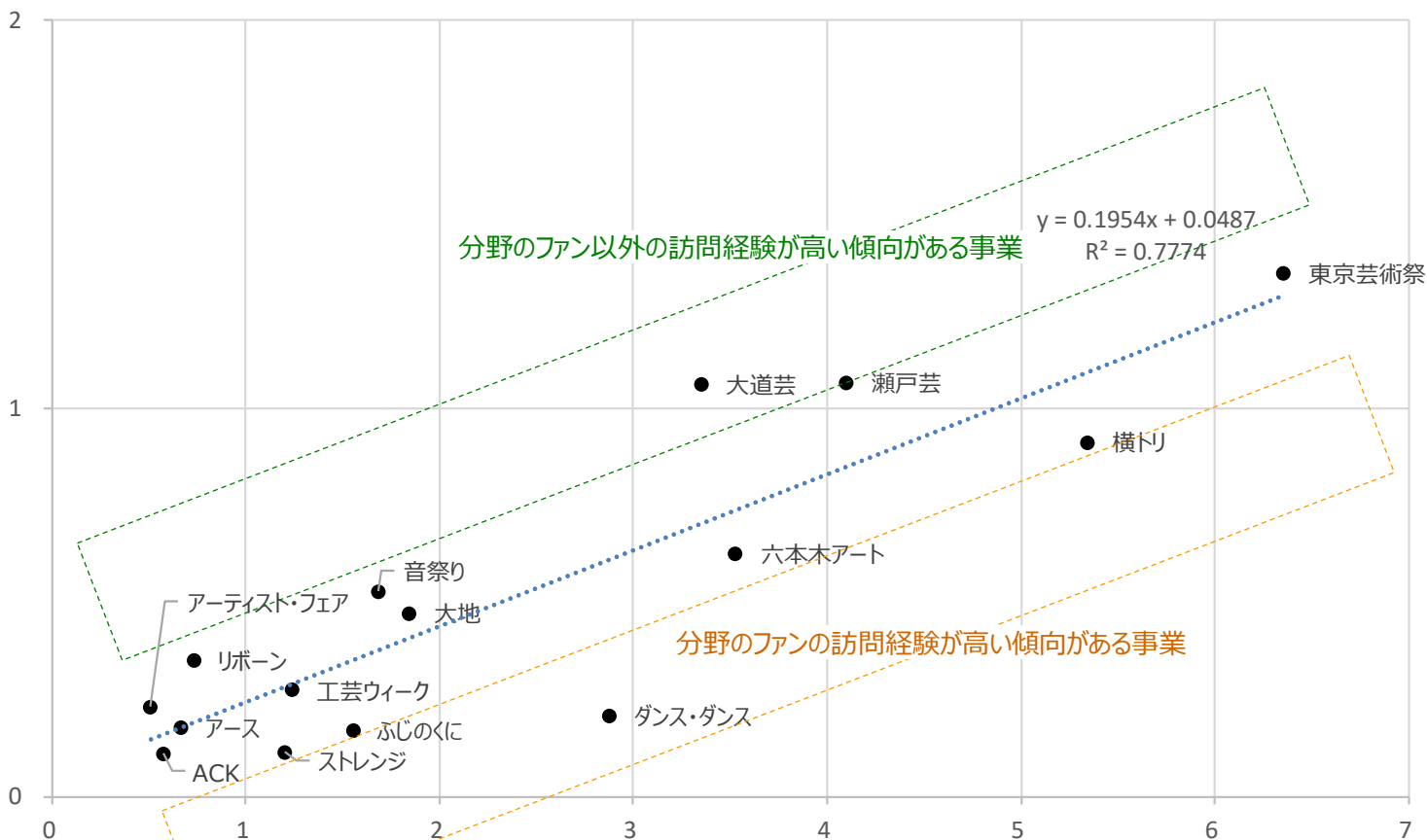
※関心分野の選択しにおいて「ポップカルチャー」は含めていないので、「北九州ポップカルチャーフェスティバル」は分析対象外としている。

【芸術分野関心別】各フェスティバルの訪問経験

➡当該分野への「関心あり」と「関心なし」の訪問経験は、ほぼ比例している。

- R²（決定係数）：回帰分析において、目的変数の観測値に対する目的変数の予測値の説明力を表す指標。寄与率とも言う。0から1までの値をとり、1に近いほど分析が有効である（出所：統計Web「統計用語集」）。

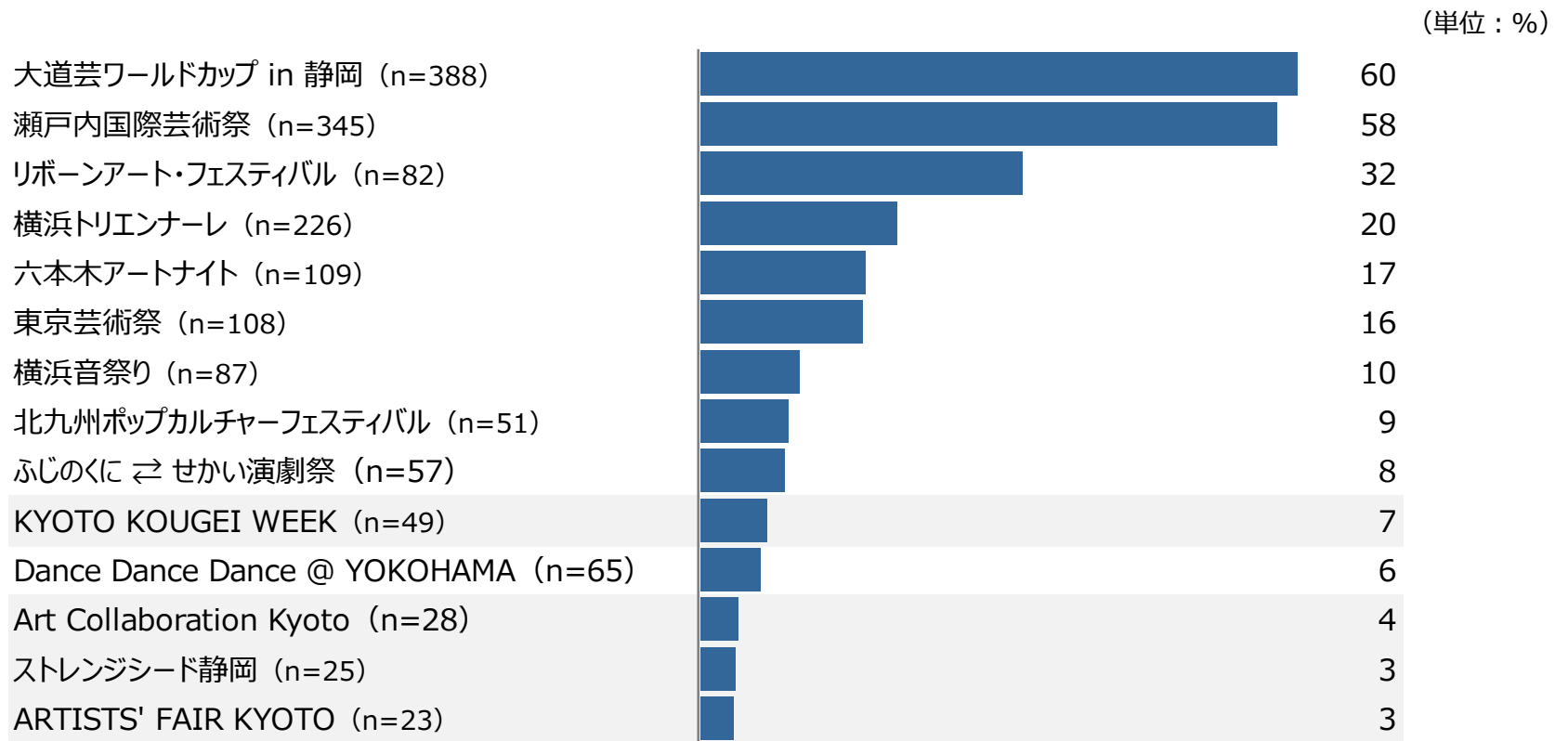
縦軸：分野関心なし（%）



横軸：分野関心あり（%）

当該フェスティバルが地域において重要だと思う割合 ※開催市区町村全体の中の割合
➡「大道芸」、「瀬戸芸」は地域住民の約半数超が重要だと考えている。

■ グレーで網掛けされている事業はサンプル数が少ない（50以下）ため参考値。



※「重要な存在だと思う」、「どちらかという重要な存在だと思う」、「どちらかという重要な存在だとは思わない」、「重要な存在だとは思わない」、「わからない・判断できない」から1つを選択（事業を認知している方にみに質問）。
「重要な存在だと思う」+「どちらかという重要な存在だと思う」のいずれかを選択した人の、開催市区町村全体に対する割合を掲載。

※大地の芸術祭、アース・セレブレーションは、開催市区町村では調査対象外。

当該フェスティバルが地域において有効だと思う視点 ※市区町村において当該フェスティバルを認知している人の回答割合
 ➡「観光魅力の向上」は多くの事業で有効だと認識。その他項目はかなり限定的。

■ グレーで網掛けされている事業はサンプル数が少ない（50以下）ため参考値。

（単位：％）

	リボーン	六本木アート	東京芸術祭	ダンス・ダンス	音祭り	ふじのくに	ストレージ	大道芸	アーティスト・フェア	ACK	工芸ウィーク	瀬戸芸	KPF
n	82	109	108	65	87	57	25	388	23	28	49	345	51
開催地域の観光地としての魅力の向上	70	35	37	43	41	56	44	67	43	57	45	74	67
開催地域の経済の活性化	50	31	32	32	39	32	24	58	35	36	35	57	67
開催地域の国内外におけるブランドカ・知名度の向上	28	35	32	29	32	42	20	35	35	43	43	47	43
開催地域の人々の活力の向上	32	20	23	31	32	25	20	37	43	39	39	39	47
国内の広い人々へのトップレベルの芸術作品の鑑賞機会の提供	16	38	45	23	26	26	12	27	26	29	27	26	29
地域の人々への優れた芸術作品の鑑賞機会の提供	23	28	36	28	24	40	24	22	52	32	49	29	41
地域が持つ歴史・文化の認識・評価・伝承	11	18	24	12	14	19	8	12	43	29	49	27	29
上記のどの項目においても有効だと思わない	17	12	4	11	2	5	12	7	4	0	4	6	4

※40%以上のものをハイライト。

参考) 当該フェスティバルが地域において有効だと思う視点 ※全国の当該フェスティバルに訪問したことがある人の回答割合

■ グレーで網掛けされている事業はサンプル数が少ない（50以下）ため参考値。

(単位：%)

	リボーン	六本木アート	東京芸術祭	ダンス・ダンス	音祭り	ふじのくに	ストレンジ	大道芸	アーティスト・フェア	ACK	工芸ウィーク	瀬戸芸	KPF
n	55	168	261	58	101	37	35	175	37	28	64	226	66
開催地域の観光地としての魅力の向上	54	39	32	47	52	60	33	65	32	45	38	65	54
開催地域の経済の活性化	50	28	28	30	38	28	15	56	36	26	33	50	42
開催地域の国内外におけるブランドカ・知名度の向上	35	41	36	34	38	30	33	38	34	45	40	42	37
開催地域の人々の活力の向上	42	27	20	32	27	21	38	39	20	35	32	37	38
国内の広い人々へのトップレベルの芸術作品の鑑賞機会の提供	31	26	45	29	29	30	26	29	20	32	38	27	24
地域の人々への優れた芸術作品の鑑賞機会の提供	32	26	30	27	30	34	18	21	20	23	35	31	26
地域が持つ歴史・文化の認識・評価・伝承	23	17	21	16	16	26	21	17	18	19	31	25	23
上記のどの項目においても有効だと思わない	8	8	6	1	2	8	5	8	2	3	1	5	5

※40%以上のものをハイライト。

各フェスティバルの訪問経験 → 芸術分野間の相関はあまり高くない（同じ分野間の送客・回遊はあまり起きていない）。むしろ地理的な相関のほうが高い（エリア間の回遊は比較的起きている）。

■ 各数値は相関係数を示す。

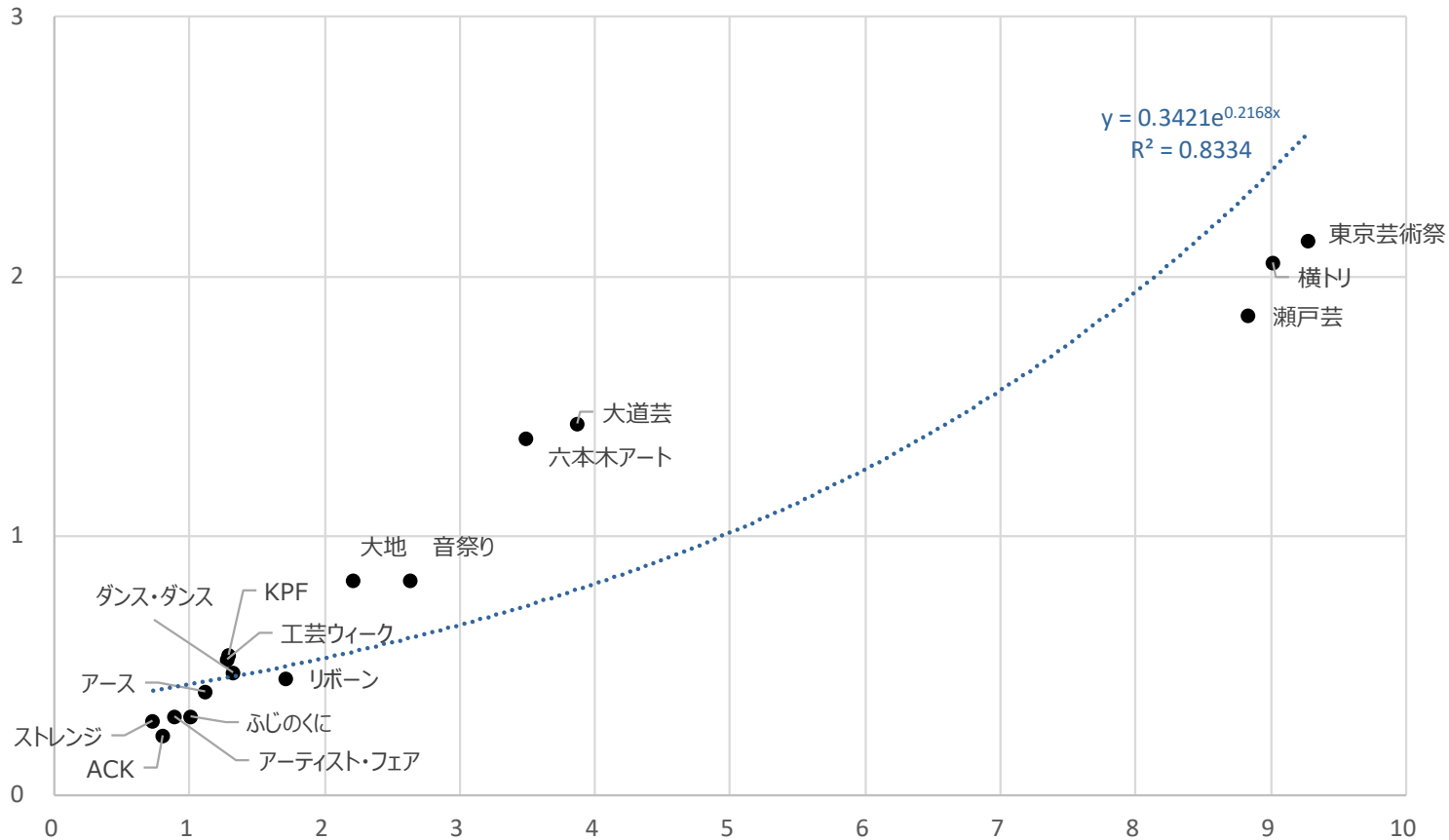
0.0~0.2：ほとんど相関関係がない 0.2~0.4：やや相関関係がある
0.4~0.7：かなり相関関係がある 0.7~1.0：強い相関関係がある

	リポーン	六本木アート	東京芸術祭	ダンス・ダンス	音祭り	横トリ	大地	アース	ふじのくに	ストレンジ	大道芸	アーティスト・フェア	ACK	工芸ウィーク	瀬戸芸	KPF
リポーンアート・フェスティバル	-															
六本木アートナイト	0.10	-														
東京芸術祭	0.06	0.35	-													
Dance Dance Dance @ YOKOHAMA	0.03	0.11	0.14	-												
横浜音祭り	0.09	0.18	0.19	0.18	-											
横浜トリエンナーレ	0.04	0.19	0.19	0.16	0.22	-										
大地の芸術祭	0.09	0.09	0.08	0.05	0.09	0.13	-									
アース・セレブレーション	0.08	0.07	0.08	0.11	0.15	0.07	0.12	-								
ふじのくに せかい演劇祭	0.07	0.09	0.13	0.07	0.11	0.10	0.11	0.06	-							
ストレンジシード静岡	0.03	0.10	0.10	0.08	0.12	0.06	0.06	0.01	0.27	-						
大道芸ワールドカップ in 静岡	-0.01	-0.02	0.00	0.00	0.02	-0.02	0.02	-0.01	0.13	0.11	-					
ARTISTS' FAIR KYOTO	0.05	0.09	0.09	0.09	0.12	0.05	0.02	0.04	0.11	0.03	0.01	-				
Art Collaboration Kyoto	0.11	0.09	0.09	0.07	0.12	0.04	0.01	0.11	0.03	0.01	0.00	0.23	-			
KYOTO KOUGEI WEEK	0.08	0.12	0.14	0.16	0.15	0.06	0.10	0.13	0.14	0.09	0.03	0.27	0.22	-		
瀬戸内国際芸術祭	0.02	0.04	0.05	0.01	0.02	0.05	0.10	0.00	0.03	0.02	-0.06	0.03	0.03	0.06	-	
北九州ポップカルチャーフェスティバル	0.05	0.04	0.06	0.06	0.11	0.05	0.09	0.00	0.12	0.08	0.03	0.01	0.00	0.12	0.03	-

各フェスティバルの認知度と訪問経験 → 訪問経験と認知度は高い相関関係。認知度が上がれば、訪問経験は二次関数的に高くなる傾向。開催市区町村ではこの傾向がより強くなる。

- R^2 （決定係数）：回帰分析において、目的変数の観測値に対する目的変数の予測値の説明力を表す指標。寄与率とも言う。0から1までの値をとり、1に近いほど分析が有効である（出所：統計Web「統計用語集」）。

縦軸：訪問経験（%）

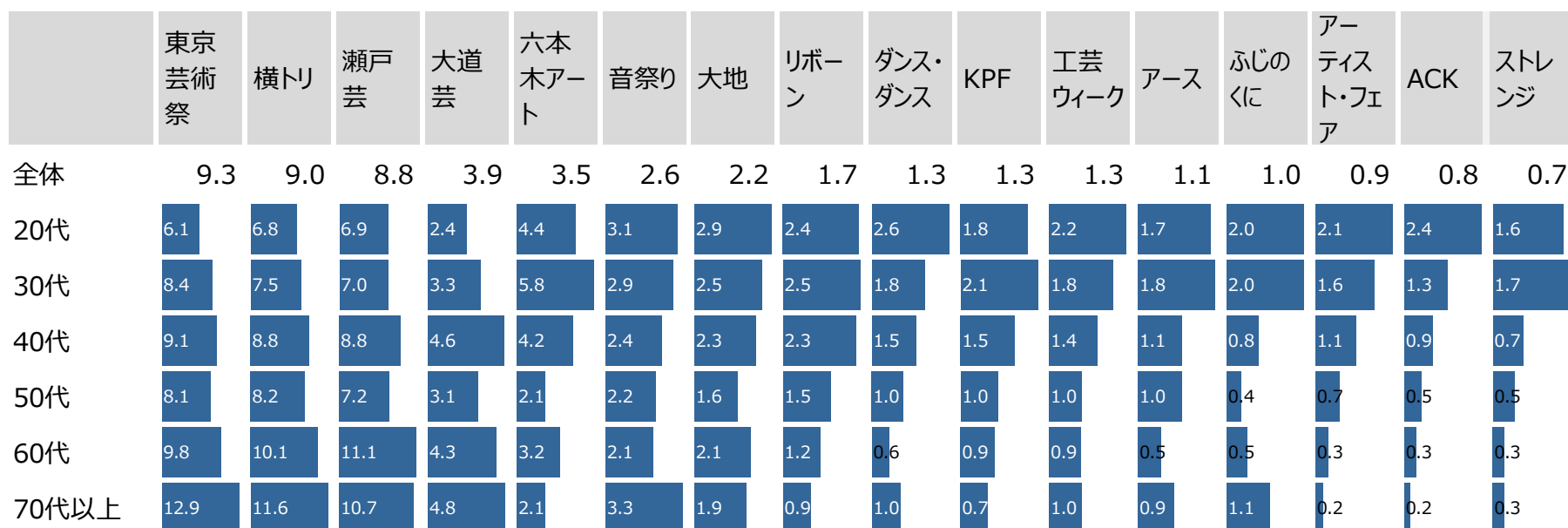


横軸：認知度（%）

【年代別】各フェスティバルの認知度 →全体の認知が高い事業は、高い年齢層にも認知されている傾向 年齢層が高い人のボリュームが多いことも一因。

- 各事業について、最も割合が高い年代を基準として、それに対する他の年代の比率を棒グラフにて表現。

(単位：%)



※回答者数 20代：1,549人 30代：2,264人 40代：2,850人 50代：2,909人 60代：3,389人 70代以上：2,736人

主要なポイントと考察（1 / 2）

■【全国】訪問経験：

芸術分野間の相関はあまり高くない（同じ分野間の送客・回遊はあまり起きていない）。

むしろ地理的な相関のほうが高い（エリア間の回遊は比較的起きている）。

➡フェスティバルは特定の芸術分野に関わらず地域の人々を惹きつける力を持っているともいえる。

■【全国】認知度と訪問経験：

認知度と訪問経験は高い相関関係。認知度が上がれば、訪問経験は二次関数的に高くなる傾向。開催市区町村ではこの傾向がより強くなる。

➡訪問者を増やしたいのであれば、まずは認知度を上げることが戦略的にも有効な可能性がある。

■【全国×芸術分野関心別】訪問経験：

当該芸術分野に関心がない人よりも関心がある人のほうが各種事業に訪問する傾向があるが、

「分野関心あり」と「関心なし」の訪問経験は相関している（当該分野に関心がある人が訪問する事業は関心がない人も訪問する傾向がある）。

➡事業として芸術に関心がない人も積極的に取り込みたいのであれば、

当該芸術分野に関心がある人に十分に関心を持たれ訪問されることが重要である。

主要なポイントと考察（2 / 2）

- 【開催市区町村】当該フェスティバルが地域において重要だと思う割合 ※開催市区町村全体の中の割合：
一部事業では地域住民の約半数超が重要だと考えている。
➡事業の求心力や継続可能性を高めたいのであれば、本視点は重要なKPIとなる可能性。

- 【開催市区町村】当該フェスティバルが地域において有効だと思う視点 ※当該フェスティバルを認知している人の中の割合：
「観光魅力の向上」については多くの事業で有効だと認識されている。
「経済活性化」に関しては一部。その他項目はかなり限定的。全国についても同様の傾向。
➡国際文化芸術発信拠点形成事業が求める、
「文化芸術による地域のブランディング」は、訪問者や地域住民に認識される形では、まだ成果として現れていない。

1 本事業の概要

2 国際文化芸術発信拠点形成事業の成果検証

2-1 採択団体・有識者ヒアリング結果

2-2 国内主要フェスティバルに関するアンケート調査結果

2-3 各種調査結果を元にした主な成果と課題の整理

3 世界の国際芸術祭に係る調査・分析

3-1 近年注目度を高める国際芸術祭

3-2 主要な国際芸術祭のモニタリング指標・KPI

3-3 コロナ禍における国際芸術祭の開催状況

4 シンポジウムの企画・運営

4-1 シンポジウムの企画・運営内容

4-2 シンポジウムの反応

本節の概要

➡本事業に係る各種調査や他事業での経験等に基づく弊社の見解を記載。

- 本節では、過年度事業※や今年度事業の「採択団体・有識者ヒアリング結果」、「国内主要フェスティバルに関するアンケート調査結果」を基に、国際文化芸術発信拠点形成事業の成果と課題に関する一般社団法人芸術と創造の見解を整理している。

※文化庁「我が国の文化芸術フェスティバルの海外発信に関する調査及びシンポジウム運営等事業（平成31年度）」、
文化庁「我が国の文化芸術フェスティバルの海外発信に係る調査分析、シンポジウムの企画・運営委託業務（令和2年度）」

- なお、弊社では政府・自治体に対する文化芸術に係る様々なコンサルティング・各種調査を実施しており、上記以外の経験・ノウハウも踏まえ、本節の内容を記載している。

国際文化芸術発信拠点形成事業の主な成果

- 大きな目的に対して、1件あたりの採択金額が大きく、特定の地域での活動に中長期的（5年間）に支援するという取組は、文化庁としては初めての取組であり、自由度（目的・対象経費等）も相まって、採択団体からは好感されている。
- 新型コロナウイルス感染症拡大により活動に制限はあったが、国際拠点形成事業の大きな目的である、採択団体の国際発信やインバウンド拡大に対する意識は強まった。コロナ禍の影響で特にオンラインによる国際発信を強化できている事業も多い。
- （特に、自治体以外が採択団体となっている場合）5年間の前提により、中長期的な視点の事業の組み立て体制強化（雇用による継続を前提とした事務局体制の構築等）が実現できている事業がみられる。
- 国際拠点形成事業の採択をきっかけに、地域の様々なステークホルダーの連携・協働が促進されるとともに、自治体における政策的な位置づけが高くなった事業もみられる。
- 1件あたりの採択金額が大きい中長期な補助の運用ににおける、様々な課題が明らかになったことも、実証的・政策的な側面からの成果ともいえる。

国際文化芸術発信拠点形成事業の主な課題（1 / 4）

【採択事業の変化に関するもの】

- 新型コロナウイルス感染症拡大により活動が制限された影響もあり、顕著な知名度の向上や来場者数（国内・国外）の増加が見られなかった。
- 国際拠点形成事業の事業目的が多岐にわたっていたため（次頁参照）、採択事業の目的に向けた推進力は高まりづらかった。
- 国際拠点形成事業と採択金額の上限額や支援期間※は異なるものの、政策目的が重複する文化庁補助金が複数存在しており（次頁参照）、採択団体の国際拠点形成事業の目的への意識が強くない事業も多かった。
- 従来より政府からの補助を前提とした事業の組み立てを行っている（文化庁の何らかの補助金を受けて実施していた）事業も多く、必ずしも国際拠点形成事業の採択をきっかけに事業予算が増え、事業としてスケールアップできているわけではない事業も多かった。
- 支援期間※を最長5年間に設定したものの、自治体が採択団体の場合、その間に職員の異動等が定期的が発生してしまうため、一般的な単年度補助と比較した際に、とりわけノウハウ継承が効果的に行われるようになったとはいえなかった。

参考) 各種文化庁事業の目的

■ 以下はいずれも地方自治体が申請可能な文化庁事業（令和3年度）。

■ 文化庁「国際文化芸術発信拠点形成事業」

- ・文化芸術を社会の基盤と位置づけ、文化資源によって付加価値を生み、社会的・経済的な価値を創出することにより、文化芸術立国の実現を図る。このため、地域の文化芸術の力を活用した国際発信力のある拠点の形成により、東京2020大会とその後を見据えた効果的な対外発信を行い、訪日外国人（インバウンド）の増加、活力ある豊かな地域社会の実現に資することを目的とする。
（令和3年度募集案内より抜粋）

■ 文化庁「文化芸術創造拠点形成事業」

- ・東京2020大会とその後を見据え、地方公共団体が主体となって取り組む文化芸術事業を支援することにより、地方公共団体の文化事業の企画・実施能力を全国規模で向上させるとともに、多様で特色ある文化芸術の振興を図り、ひいては地域の活性化に寄与することを目的とします。
（令和3年度募集案内より抜粋）

■ 文化庁「日本博を契機とする文化資源コンテンツ創成事業（文化資源活用推進事業）」

- ・各地域が誇る様々な文化観光資源を年間通じて体系的に創成・展開するとともに、国内外への戦略的広報を推進するプロジェクトに対して支援し、インバウンド需要回復や国内観光需要の一層の喚起、「文化芸術立国」の基盤強化、文化による「国家ブランディング」の強化を図ります。
（令和2年度第3次補正予算募集案内より抜粋）

国際文化芸術発信拠点形成事業の主な課題（2 / 4）

- 支援期間を最長5年間に設定したことにより、むしろ毎年の計画の策定・見直しに基づくPDCAサイクルが十分に機能しなかった（単年度補助のほうが毎年度の申請段階で採択を得るために魅力的な計画を提示する必要があり、関係者で十分な議論を行っていた可能性）。
- 5年間の支援期間の間に、事業の継続性を高めるための収入構造（事業収入・寄附・他の補助金等の確保・拡大）の強化を試みた・成功した事業は限定的で、必ずしも自立性が高まったわけではなかった。

国際文化芸術発信拠点形成事業の主な課題（3 / 4）

【評価に関するもの】

- 国際拠点形成事業の事業規模や目的の幅広さに対して、評価を行うにあたって文化庁として十分なマンパワー（職員及び評価委員）や評価システムが用意ができておらず、必ずしも採択団体にとって納得性の高い評価が実現できていなかった。
- また、評価のためのファクトは、採択団体による自己評価として提供された情報に依るところが大きかった（文化庁による客観的な評価のための独自のファクト収集が十分ではなかった）。
- 国際拠点形成事業の事業目的が多岐にわたっていることも、採択事業の評価の視点の定めづらさ、評価のためのファクトの収集の難しさにつながった（何の情報を集めるべきかを定めきれなかった）可能性。
- 採択団体に自己評価を求めたものの、その自己評価の質自体が、必ずしも毎年の文化庁による評価に結びついておらず、事業間での自己評価のレベルの差が大きかった（レベルの底上げにつながらなかった）。
- また、自治体が採択団体の場合、外部事業者等に評価の設計等のプロセスも含め委託する場合も多く、必ずしも自治体内にノウハウが残っていない場合も多かった。

国際文化芸術発信拠点形成事業の主な課題（4 / 4）

【その他】

- 国際広報、事業評価等の採択団体にノウハウが不足している点に関するインストラクションや採択事業間の情報交換・連携等を促進する仕組みが文化庁側として必ずしも十分に用意できていなかった。

1 本事業の概要

2 国際文化芸術発信拠点形成事業の成果検証

2-1 採択団体・有識者ヒアリング結果

2-2 国内主要フェスティバルに関するアンケート調査結果

2-3 各種調査結果を元にした主な成果と課題の整理

3 世界の国際芸術祭に係る調査・分析

3-1 近年注目度を高める国際芸術祭

3-2 主要な国際芸術祭のモニタリング指標・KPI

3-3 コロナ禍における国際芸術祭の開催状況

4 シンポジウムの企画・運営

4-1 シンポジウムの企画・運営内容

4-2 シンポジウムの反応

本節の概要

- 我が国の文化芸術の国際フェスティバルに長年携わり、国外のフェスティバルのリリースも行っている有識者らに対してヒアリングを行った。
(国際拠点形成事業の採択事業として多い美術・舞台芸術の分野から選定)
※発言者が特定される可能性があるため、対象とした有識者の名前は明記しないものとする。

- 日本の文化芸術の国際発信力向上に向けて、ベンチマークすべき・ベンチマーク可能な国外のフェスティバルについて
 - 例えば、近年（2005年頃以降）「芸術関係者による質の評価・注目度が向上したフェスティバル」、「来場者数を大きく拡大させてきたフェスティバル」のうち、事業規模が日本の主要なフェスティバルと近いもの。
※対象者によって、「美術分野のフェスティバル（国際展）」と「演劇・舞踊分野のフェスティバル」に特化してヒアリング
- 国際発信力向上に向けた具体的な取り組み、日本のフェスティバルが参考にすべき点について

注) 一部、「国際文化芸術発信拠点形成事業」を「国際拠点形成事業」と省略表記

国際発信力の高いフェスティバルのポイント・潮流について（1 / 3）

- 芸術関係者の中では、ディレクターの人選・クリエイションが関心の対象。
- 主に舞台芸術ではディレクター職を複数年任されることが多く（美術分野でも同様のケースが見られる）、ディレクターの信念・フィロソフィー（哲学）に基づくフェスティバルのアイデンティティ・メッセージ性が評価対象となる。日本のフェスティバルはその点が弱いとの指摘が多かった。

- ・芸術関係者は、各フェスティバルのプログラムの内容や方向性を注視している。誰がディレクターとなり、どのようなコンセプトを打ち出しているかが重要。（舞台芸術分野有識者）
- ・関係者はフェスティバルのプログラムや人事に注目している。（舞台芸術分野有識者）
- ・面白いクリエイションを行うと、次第に関係者のなかで評価が高まる構造。地味なことの積み重ね。（舞台芸術分野有識者）

- ・フェスティバルの評価には、フィロソフィーと育成機能が重要。（舞台芸術分野有識者）
- ・大地の芸術祭が成功したのは、北川氏が一定のポリシーを持っているから。マニフェスタもアイデンティティがしっかりしている。（美術分野有識者）
- ・やはり、フェスティバルをやりたい人の存在が重要。フェスティバルに意義があるということを説明する人が必要。一枚岩になれていないフェスティバルは外にその状況が露呈してしまう。東京には様々なコンテンツが揃っており、そのなかで存在感を示すためには、相当強い信念が必要。（舞台芸術分野有識者）
- ・国際的には何をやって、どのような発信をするのが注目される。いくら評価の高い作品を買っても、フェスティバルの評価は上がらない。（舞台芸術分野有識者）
- ・欧米では、劇場の芸術監督の任期は5年は約束されている。その期間中に様々なチャレンジができる。（舞台芸術分野有識者）
- ・日本では、フェスティバルを本当にやりたい人がやっているものが幾つあるのだろうかと思う。例えば、劇場としての予算が減らされたから、それを補填するためにフェスティバルをやっているような場合も多いのではないか。世界的には、フェスティバルをやるのが大事だと思っているところが続いている。（舞台芸術分野有識者）

国際発信力の高いフェスティバルのポイント・潮流について（2 / 3）

- 欧米では文化施設と文化芸術フェスティバルの役割・機能が明確に分かれているため、フェスティバルが差異化されていて注目度につながっている。日本ではそうではないので祝祭性が薄いとの指摘があった。

- ・フェスで作品を作る意味は、短期間で色々な分野の人が交流するプラットフォームとなりうるからである。地域独自の文脈に基づく作品制作とフェスだからできる交流がある。フェスティバルは劇場よりは動きやすい。劇場は約2年前にはプログラムが決まっているが、フェスティバルはそうではない。なので、フェスティバルは時々社会的なテーマにタイムリーに応えることができる。また、フェスティバルには失敗しても良い自由さがある。劇場はある程度の完成度が求められる。（舞台芸術分野有識者）
- ・欧米では長い休暇があることが、フェスティバルの普及の理由。リゾート地に訪問する人は長期滞在するから、そこでフェスティバルが行われると土地の魅力の向上につながる。劇場職員も休みを取らなくてはならないから、それを補完するのがフェスティバル。プログラムも日常的なものと違うものをやる。日本は劇場のプログラムに休みがなく、一貫性がないため、フェスティバルがそのようには機能していない。（舞台芸術分野有識者）
- ・日本では劇場とフェスを切り分けて考えていない。日本では、海外から呼びたいプログラムがあっても通常予算では実現が困難なのでフェスにしたてている。日本では、劇場とフェスの差異化ができていないので、フェスのワクワク感が小さい。（舞台芸術分野有識者）

- 国外での観光面での成功事例も、多くが元々観光地で行われていたフェスティバルが多く、文化芸術のフェスティバルによる観光集客は合理的ではないという指摘も多かった。

- ・観光面でのビエンナーレの発信力は弱い。コチ（インド南西部の沿岸にあるケララ州の都市）はもともと観光地であるのでコチ＝ムジリス・ビエンナーレも成功しているのでは。シャルジャ・ビエンナーレが行われているシャルジャ（アラブ首長国連邦を構成する首長国のひとつ）も元々観光拠点である。（美術分野有識者）
- ・改めて考えてみたが、それを目当てにわざわざ訪問する対象となっているフェスティバルはそれほどないのではないかと。ベネチア・ビエンナーレやエジンバラ・フェスティバルもあくまでも街そのものに行くことが目的の人が多く、アヴィニオン芸術祭が行われているアヴィニオンもそもそも観光地である。（舞台芸術分野有識者）

国際発信力の高いフェスティバルのポイント・潮流について（3 / 3）

■ 参考) その他の意見

- ・2000年代からビエンナーレが増えたが、増えた分、価値づけが多様化している。欧米の価値に疑問を投げかけるものが増えている。（美術分野有識者）
- ・これまでの国際展は1人のキュレーターの力が強くなりすぎた。1人でこれだけ複雑になった世界を表現することに無理がある。（美術分野有識者）
- ・国際展に大物作家が参加しなくなっている。中堅作家が多い。国際展に出なくても自分の力で文脈化できるアーティストが増えている。（美術分野有識者）
- ・若手の作家にとっては、国際展は依然としてプロモーションの有効な場だろう。国際展に関わる人間としては、キャリアアップにつながるか、国際展でしかできないことをできるということがモチベーション。（美術分野有識者）

・世界的なフェスの予算は基本的には地方自治体が出している。そこに国が支援を行う。日本のように国の支援がないと実現できないという構造にはない。だから継続性がある程度担保されている。（舞台芸術分野有識者）

・多言語は課題。演劇のチケットは海外から買えない。海外から外国人が来ると英語のサイトが充実しているという理由でマイナーなもの見ていたりする。（舞台芸術分野有識者）

美術分野のフェスティバル例（1 / 2）

事業名	コチ＝ムジリス・ビエンナーレ（Kochi-Muziris Biennale）		
開催地	インド・コチ	開始年	2011年
公式Webサイト	https://www.kochimuzirisbiennale.org/		
有識者のコメント	<ul style="list-style-type: none"> ・コチ＝ムジリス・ビエンナーレは新生の国際展の成功事例。もともとは、インド・トリエンナーレというものがあり、2000年代に途絶えてしまった。コチ＝ムジリス・ビエンナーレはムンバイのアーティストがケララ州で始めたもの。ケララ州は共産党色が強く、識字率が高い。対外的には、アユールベータが有名。アラブ半島の出稼ぎ労働者が多く、リゾート地として観光客も多い。コチはバスコ・ダ・ガマが亡くなったと言われる地域である。キリスト、ヒンズー、イスラムなどが共存している。ヒッピー文化とも結びついている。（美術分野有識者） ・コチ＝ムジリス・ビエンナーレは、インドの有力なキュレーターや作家が応援していることで知名度が高まった。結果として世界中の有名キュレーターも訪れている。はじめ、アーティストや支援者の資金ではじめたが、地方政府も支援することになった。（美術分野有識者） ・コチ＝ムジリス・ビエンナーレは、作品の質が高い。インド人作家が割合も高い。会場は既存の建物をリユースして使っている。コチには現代美術館やアートセンターがないので、将来的には作ろうとしている。（美術分野有識者） ・美術館のようなちゃんとした環境ではないが、作家が運営しているので、それなりにしっかりと展示されている。（美術分野有識者） ・コチ＝ムジリス・ビエンナーレにインスパイアされてコチ出身の若い人がUターンしている。（美術分野有識者） ・予算はどれほどないのだろうが、世界的なアーティストが参加している。地方政府が支援しているものの、協賛を募って行っている。地元では現代アートに触れる機会がなく、地元のためにやっているという感じ。観光的資源はあるので、それなりに観光客はいる。インドのなかでも清潔で安全な地域なのでもともと観光地ではある。（美術分野有識者） 		

美術分野のフェスティバル例（2 / 2）

事業名	シャルジャ・ビエンナーレ（Sharjah Biennial）		
開催地	UAE・シャルジャ	開始年	1993年
公式Webサイト	http://www.sharjahart.org/		
有識者のコメント	シャルジャ・ビエンナーレ（Sharjah Biennial）は、シャルジャ王国が運用している国際展。コミッションワークを多く制作する傾向がある。制作した作品が世界的に巡回するので知名度も高い。（美術分野有識者）		

事業名	マニフェスタ（Manifesta）		
開催地	開催回により開催地は異なる	開始年	1996年 ※2年に1回開催
公式Webサイト	https://manifesta.org/		
有識者のコメント	マニフェスタは、注目されていなかった都市をホストタウンとする傾向があったが、チューリッヒ、サンクトペテルブルクなどをホストとしてメジャーになってきた。ヨーロッパのアイデンティティ形成のための議論の場所という位置付け。本部のディレクターがリーダーシップのある人。長年やっているという信頼がある。日本の北川フラム氏のようなもの。大地の芸術祭が成功したのは、北川氏が一定のポリシーを持っているから。マニフェスタもアイデンティティがしっかりしている。（美術分野有識者）		

事業名	ベルリン・ビエンナーレ（Berlin Biennale）		
開催地	ドイツ・ベルリン	開始年	1998年
公式Webサイト	https://www.berlinbiennale.de/de/		
有識者のコメント	ベルリン・ビエンナーレは規模が小さい。ただ、制度に対して挑戦するという価値観を持っており、注目されている。（美術分野有識者）		

舞台芸術分野のフェスティバル例（1 / 3）

事業名	台北アートフェスティバル		
開催地	台湾・台北市	開始年	1999年 ※毎年開催
公式Webサイト	https://www.tpac-taipei.org/series/theme/taipei		
有識者のコメント	アジアでは、台北アートフェスティバルの勢いがある。シンガポール出身のタン・フクエン氏が2017年からディレクターを努めている。その前は、バンコクのフェスのディレクターを行っていた。フクエン氏はピチェ・クランチェン氏を見出したことで有名。フクエン氏は長く築き上げたクリエイションの信用によって評価されていて、今回大きなチャンスをつかんだ。（舞台芸術分野有識者）		

事業名	クンステン・フェスティバル・デザール（Kunsten Festival des Arts）		
開催地	ベルギー・ブリュッセル	開始年	1994年 ※毎年開催
公式Webサイト	https://kfda.be/		
有識者のコメント	<ul style="list-style-type: none"> ・演劇ではクンステン・フェスティバルが有名。事業費は4億円くらいの事業。クリストフ・スラフマイルダー氏が20代のときにディレクターを引き受けた。クリストフ氏は自分でアーティストを発掘する意識が強い。世界中に足を運んで、紹介するという姿勢が注目されていた。クリストフはエスタブリッシュのアーティストも若手も同列に扱う。チェルフィッチュもクリストフに取り上げられて注目された。次はどのアーティストを扱うのが注目されている。（舞台芸術分野有識者） ・クンステン・フェスティバルのクリストフ・スラフマイルダーというディレクターが有名で、開催時期が5月で他のフェスが行われる前の時期なので、関係者が比較的集まりやすかった。（舞台芸術分野有識者） 		

舞台芸術分野のフェスティバル例（2 / 3）

事業名	オランダ・フェスティバル（Holland Festival）		
開催地	オランダ・アムステルダム	開始年	1947年 ※毎年開催
公式Webサイト	https://www.hollandfestival.nl/en		
有識者のコメント	<p>・欧米ではオランダ・フェスティバルの知名度が高い。日本では、アヴィニョンとエジンバラが有名だが、オランダフェスも同じくらい有名。（舞台芸術分野有識者）</p> <p>・オランダフェスはアムステルダムの市立劇場がハブになっている。音楽、演劇、美術を対象としている。ディレクターはそれぞれの分野でたてている。まちなかの展開もそれなりに行っている。音楽はロイヤル・コンサートヘボウ管弦楽団と協力して行っている。（舞台芸術分野有識者）</p>		

事業名	マンチェスター・インターナショナル・フェスティバル（Manchester International Festival）		
開催地	イギリス・マンチェスター	開始年	2007年 ※2年に1回開催
公式Webサイト	https://factoryinternational.org/		
有識者のコメント	マンチェスターのフェスも有名。2年に1度行っている。自主制作が多く、制作したものを海外に売っている。作品作りが良いということで話題になっている。（舞台芸術分野有識者）		

事業名	コペンハーゲン・ジャズフェスティバル（Copenhagen Jazz Festival）		
開催地	デンマーク・コペンハーゲン	開始年	1979年 ※毎年開催
公式Webサイト	https://jazz.dk/vinterjazz-2023/forside/		
有識者のコメント	コペンハーゲン・ジャズフェスティバルは観光資源として有名。1ヶ月位の会期。あまり欲張り過ぎておらず、ちょうどよい規模感。（舞台芸術分野有識者）		

舞台芸術分野のフェスティバル例（3 / 3）

事業名	PUNKT		
開催地	ノルウェー・クリスティアンサン	開始年	2005年 ※毎年開催
公式Webサイト	https://punktfestival.no		
有識者のコメント	即興音楽のフェスティバルも存在。ニッチな分野のフェスだが、その分野のなかでは有名。（舞台芸術分野有識者）		

事業名	スプリング・フェスティバル（SPRING Performing Arts Festival）		
開催地	オランダ・ユトレヒト	開始年	2010年 ※毎年開催
公式Webサイト	https://springutrecht.nl/		
有識者のコメント	オランダのユトレヒトにスプリング・フェスティバルというものがある。予算が厳しいらしいが、若手のアーティストを見つけるのが上手い。ディレクターはライナ・ホフマンというポーランド人が担っている。（舞台芸術分野有識者）		

事業名	フェスティバル・トランス・アメリーク（Festival TransAmériques）		
開催地	カナダ・モントリオール	開始年	2007年 ※毎年開催
公式Webサイト	https://fta.ca		
有識者のコメント	フェスティバル・トランス・アメリークという北米のフェスティバルもなかなか評判が良い。若手のアーティスト向けのレクチャーやワークショップが行われている。適度な規模のフェスティバルで街の重要な文化資源になっている。		

事業名	テアター・トレフェン（Berliner Theatertreffen）		
開催地	ドイツ・ベルリン	開始年	1964年 ※毎年開催
公式Webサイト	https://www.berlinerfestspiele.de/de/theatertreffen/start.html		
有識者のコメント	ドイツは、劇場が充実しているのであまりフェスは充実していない。テアター・トレフェンというフェスがベルリン芸術祭の一部として行われている。ドイツ語圏から目利きの人が良い作品をベルリンに持っていくというもの。この形は日本でも参考になるのではないか。（舞台芸術分野有識者）		

参考) 国際発信力のある文化芸術フェスティバルのポイント

- 文化庁「我が国の文化芸術フェスティバルの海外発信に関する調査（2019年度実施・弊社受託）」にて各種調査・ヒアリング等を基に国際発信力のある文化芸術フェスティバルのポイントを整理。現在でも状況は変わらないと思われるため再掲。

a. 開催の経緯	➡ ● 世界的な祭典では、国・地域の歴史（政治的状況）を踏まえた象徴的な開催理念（開催のきっかけ）を有している。
b. 開催回数・開催年（歴史）	➡ ● 評価・知名度（認知）の対象となるためには、一定の開催回数が必要（ただし、開催回数が多いから評価されるわけではない）。
c. 作品数・作家数	➡ ● 作品数・作家数は必要条件であるが、十分条件とはならない（作品数・作家数が多いから評価されるわけではない）。
d. 外国人作家の数・割合 外国人作家の出身国数	➡ ● 国際的な祭典と認められるために、外国人作家の割合が一定以上であることが求められる（出身国のバランスも重要）。
e. アーティストディレクターの国籍 (有力なディレクターの参加)	➡ ● 世界的な祭典では“顔が見える”芸術の質に責任をもつ世界的に知名度・注目度の高いディレクターを置いている。この人選及びテーマ・作家の選定が芸術的な評価の源泉に。
f. 初演の数（ワールド・ プレミア、アジア・プレミア等）	➡ ● 一定数の有名作家が出品（参加）していることが注目の喚起には有効（ただし非常に話題性のある作家である必要）。映画・映劇等ではそれがプレミアであることが前提に。
g. フリンジ企画の実施	➡ ● 主たる祭典だけではなく、関連して行われるイベントやパーティー（関係者の社交の場として機能）などが人々の関心を惹き付け。
h. 世界中の関係者の来場	➡ ● 国・地域の歴史に紐付いた、ユニークな会場での展示・公演が差別化要素となり、注目度の向上の要素に（日本の地域型フェスティバルも会場のユニークさでは世界的にも秀でている）。
i. 実施会場（会場のユニークさ）	➡ ● 地域住民・青少年等の認知、参加を促す仕組み（ボランティア等）を構築している。ただし、これには「明確な開催理念」があることが前提。
j. 地域住民・青少年等の参加・協力	➡ ● 土地の魅力と相まって、多くの人々が来場。
k. 来場者数	➡ ● 予算規模は膨大。
l. 予算規模	➡ ● 中長期的な継続を前提とした法人（財団法人・株式会社等）を設立し、専門性・ノウハウが蓄積され、自律的な運営が行われている。
m. 実施体制	➡

1 本事業の概要

2 国際文化芸術発信拠点形成事業の成果検証

2-1 採択団体・有識者ヒアリング結果

2-2 国内主要フェスティバルに関するアンケート調査結果

2-3 各種調査結果を元にした主な成果と課題の整理

3 世界の国際芸術祭に係る調査・分析

3-1 近年注目度を高める国際芸術祭

3-2 主要な国際芸術祭のモニタリング指標・KPI

3-3 コロナ禍における国際芸術祭の開催状況

4 シンポジウムの企画・運営

4-1 シンポジウムの企画・運営内容

4-2 シンポジウムの反応

本節の概要

- 令和3年度の国際拠点形成事業採択事業者へのヒアリングにおいても適切なKPI（Key Performance Indicator：重要業績評価指標）の設定が課題となっている事業が多かった。
- 本調査においては、国内外の主要な文化芸術フェスティバルについてどのような評価指標・KPIを用いているのかについて整理を行った。
- なお、評価指標・KPIと明示していなくとも、フェスティバルの成果報告において定量的に明示されているものを評価指標・KPIと捉え、整理対象としていることに留意されたい。
- 調査対象とした事業は以下のとおりである。

【美術分野】

- ヴェネチア・ビエンナーレ
- リヨン・ビエンナーレ
- シドニー・ビエンナーレ
- ベルリン・ビエンナーレ
- イスタンブール・ビエンナーレ

【音楽分野】

- ザルツブルグ音楽祭
- エクサン・プロヴァンス音楽祭
- ルツェルン音楽祭
- フィレンツェ五月音楽祭
- アレーナ・ディ・ヴェローナ音楽祭
- プレゲンツ音楽祭

【演劇分野】

- マンチェスター国際フェスティバル
- フェスティバル・ドートンヌ・ア・パリ
- フェスティヴァル・トランスアメリーク
- ウィーン芸術週間
- クンステン・フェスティバル・デザール
- アヴィニヨン演劇祭
- オランダ・フェスティバル

美術分野のフェスティバルの評価指標・KPI例（1 / 8）

■ ヴェネチア・ビエンナーレ（Biennale di Venezia）

開催地	イタリア・ベネチア
開始年	1895年
成果指標の時点	2019年
出所	開催成果報告プレスリリース (https://www.labiennale.org/en/news/biennale-arte-2019-came-close-confirming-expected-600000-visitors)

成果指標	評価結果
会期中の来場者数	593,616人
プレオープンの週の来場者数	24,762人
26歳以下の来場者の割合	31%
グループで参加した26歳以下の来場者の割合	17%
参加アーティスト数	79
参加国数（全体）	90ヶ国
ジャルディーニのパビリオンへの参加国数	30カ国
アルセナーレへの参加国数（イタリア含む）	25カ国
ヴェニス市内の展覧会の参加国数	35カ国
初参加の国数	4カ国
特別プロジェクトの数	2カ国
連携イベントの数	21
ビエンナーレセッションへの参加大学数	69校
ビエンナーレセッションへの大学生の参加者数	4,554人
教育プログラムへの青少年、学生の参加者数	34,858人
展覧会場で行なった教育プログラムに参加した教師の数	7,227人
ウェブサイト ユニークビジター数	2,009,454
ウェブサイト ページビュー数	9,530,316
Facebook ページファン数	377,100
Twitter フォロワー数	707,166
Instagram フォロワー数	470,835

美術分野のフェスティバルの評価指標・KPI例（2 / 8）

■リヨン・ビエンナーレ（La Biennale de Lyon）

開催地	フランス・リヨン
開始年	1991年
成果指標の時点	2019年
出所	開催報告書 (https://www.labiennaledelyon.com/archives-generale/art-2019)

成果指標	評価結果
来場者数	273,800人
8つの関連展示への来場者	41,350人
来場した専門家の数	6,500人
参加アーティスト数	56人
-うち、海外からのアーティストの割合	73%
-うち、フランスのアーティストの割合	27%
参加国数	26カ国
出品作品数	242作品
-うち、制作された作品の割合	95%
地元企業の参加数	78
協賛している国際機関の数	28
現代美術が占める面積	29,000㎡
地元の組織や協会と協力して実施した地元住民との協働によるアクションの数	56
26歳以下の来場者割合	46%
メディアシステムの数（ガイド付きツアー、オーディオガイド等等）	38
グループで来場した人数（30,000人以上の学校の生徒も含む）	58,000人
高校生の来場者の割合	43.5%
大学生の来場者の割合	4.5%
保育園・小学生の来場者の割合	25%
中学生の来場者の割合	29%
Instagramでの#biennaledelyonの投稿数	10,000
Facebookページファン数	71,600
Facebook・Twitter・Instagram・YouTubeのフォロワー数	104,000
Facebook・Twitter・Instagram・YouTubeのリーチ数	3,175,000
企業やパートナー向けに開催された80のイベントへの参加者数	5,000人以上

美術分野のフェスティバルの評価指標・KPI例（3 / 8）

※前頁の続き

成果指標	評価結果
アーティストとジャーナリストのためのホテル予約数	約600泊
ジャーナリストと写真家の数	1,035人
サプライヤーとサービスプロバイダー の数	450
初めて開催した地域パートナーとのカルチャープログラム数	24
マスコミ報道数	738
-うち、国際紙（27か国）での記事掲載数	153
-うち、フランス全国紙での記事掲載数	233
-うち、フランス地方紙での記事掲載数	270
-うち、ラジオおよびテレビでの報道数	82
インフルエンサーがリヨン・ビエンナーレを紹介した数	60

美術分野のフェスティバルの評価指標・KPI例（4 / 8）

■シドニー・ビエンナーレ（Biennale of Sydney）

開催地	オーストラリア・シドニー
開始年	1973年
成果指標の時点	2018年・2020年
出所	開催報告書 (https://www.biennaleofsydney.art/wp-content/uploads/2021/11/22nd-Biennale-of-Sydney-2020-Exhibition-Report.pdf.pdf)

※2018年

成果指標	評価結果
参加アーティスト/コレクティブの数	69組
シドニーへの渡航した参加アーティスト、コレクティブ、アシスタントの数	88人
参加国数	35カ国
オーストラリア人アーティストの数	24人
オーストラリア先住民のアーティスト数	16人
新作の数	300点以上
来場者数	854,276人
本ビエンナーレを"優"または"良"と評価した来場者の割合	87%
海外からの来場者の割合	23%
-国内からの来場者の割合	77%
-シドニーからの来場者の割合	55%
-州内からの来場者の割合	17%
-ニューサウスウェールズ州からの来場者の割合	7%
35歳以下の来場者の割合	46%
文化的に多様であると評価した来場者の割合	52%
英語以外を母語とする来場者の割合	20%
ウェブサイト訪問者数	国外78%
教育プログラムや活動の数	1021
パブリックフォーラムへの参加者数	4840
教育関係者訪問に参加した学生数	6,877人
自主的に訪問した学生数	8,581人
ボランティアによる公共サービス提供時間	16,014時間
ボランティア人数	437人
Access Hostsが会期中ボランティア支援をした総時間数	400時間

美術分野のフェスティバルの評価指標・KPI例（5 / 8）

成果指標	評価結果
ボランティアがビエンナーレに貢献した相当額	400,3501 \$
ボランティアが受けた特別訓練の総時間数	2,224時間
ドロップイン・ガイド・ツアーの数	483
学生や地域団体が予約したツアー数	121
ローカル及び国際的なメディア・印刷物・デジタルプラットフォームでの紹介数	500以上
ソーシャルメディアでのリーチ数	750,000
デジタル広告キャンペーンで獲得した視聴者数	150,000人
2018年3月に開催されたメディア・プレビューに参加した人数	150人以上
主要報道機関やアート系出版社等からのジャーナリストの招待数	30組
ウェブサイト ユーザー数	286,390
ウェブサイト 新規ユーザー数	280,137
ウェブサイト セッション数	414,565
ウェブサイト ページビュー数	880,419

※2020年（2018年がないもののみを記載）

成果指標	評価結果
オンラインの来場者数	4,000,000以上
Instagramで投稿されたポストとストーリーの数	866
シドニーに来た理由をビエンナーレと答えた来場者の割合	40%
オンラインのラーニングプログラムを利用した人数	5,000人以上
女性の来場者の割合	69%
男性の来場者の割合	28%

美術分野のフェスティバルの評価指標・KPI例（6 / 8）

※前頁の続き

成果指標	評価結果
ジェンダーダイバースの来場者の割合	3%
シドニービエンナーレがコロナ対策が安全な活動だと思って訪れた来場者の割合	33%
Facebookフォロワー数	60,661
Instagramフォロワー数	43,421
YouTube新規ビューワー数	20,787
Twitterフォロワー数	24,751
ビエンナーレのEニュースリストのアクティブな購読者数	24,091
Instagramのリーチ数	1,240,711
Instagramのいいね数	86,035
Instagramのコメント数	1,569
ウェブサイト クリック数	133,000
ウェブサイト インプレッション数	2,430,000
ストリートポスターでリーチした人数	2,230,000
屋外広告 街頭に立てた旗の数	227
屋外デジタル広告 実施場所（道路）数	7
屋外デジタル広告 エンゲージメント数	1,215,500
屋外デジタル広告 ポテンシャルインプレッション数	2,341,700
屋外デジタル広告 設置場所（電車の駅）数	181
屋外デジタル広告 エンゲージメント数	2,525
屋外デジタル広告 ポテンシャルインプレッション数	13,610
アーティストプロジェクトへの助成金額	419,000\$
ボランティアのうち35歳以下の割合	49%

美術分野のフェスティバルの評価指標・KPI例（7 / 8）

■ベルリン・ビエンナーレ（Berlin Biennale）

開催地	ドイツ・ベルリン
開始年	1998年
成果指標の時点	2020年
出所	開催成果報告プレスリリース (https://11.berlinbiennale.de/static/8bd9d9ae55aa05ca38e8933eb9f85d3c/BB11_PR14_eng.pdf)

成果指標	評価結果
参加アーティスト数	70組以上
出展作品数	26点
来場者数	約30,000人
オンラインプログラム参加者数	60,000

美術分野のフェスティバルの評価指標・KPI例（8 / 8）

■ イスタンブール・ビエンナーレ（Istanbul Biennial）

開催地	トルコ・イスタンブール
開始年	1987年
成果指標の時点	2019年
出所	運営団体の年度報告書 (https://www.iksv.org/i/content/61_1_2019_ActivityReport.pdf)

成果指標	評価結果
会期	8週間
会場数	3
作品数	220点
参加アーティスト数	56人
参加国数	25カ国
新作数	36点
来場者数	451,387人
ガイドツアー数	718
パブリックイベント実施回数	185
同時開催イベント回数	147
子ども、10代のワークショップ参加者数	3,000人以上
ガイドツアー参加者数	8,726人
ガイドツアーに参加した子供の数	1,000人
屋外スペースでのビエンナーレのビジュアルの掲示数	761箇所
メディアスポンサーである全国テレビに流れた広告の時間	合計20,250秒
ラジオで放送された広告の時間	合計26,250秒
6つの新聞が掲載した広告の数	80
14の雑誌が掲載した広告のページ総数	22ページ
配布したパンフレットの部数	20,000部
Instagram フォロワー数	89,917人
Facebook フォロワー数	54,283人
Twitter フォロワー数	90,842人
ソーシャルメディアでの#Istanbulbienaliと#yedincikitaの投稿数	10,946回
PodcastのSpotifyでの再生回数	1万回以上

音楽分野のフェスティバルの評価指標・KPI例（1 / 6）

■ザルツブルグ音楽祭（Salzburger Festspiele）

開催地	オーストラリア・ザルツブルグ
開始年	1920年
成果指標の時点	2019年
出所	最終報告 (https://www.salzburg-erfestspiele.at/presse/pressetexte-2019)

成果指標	評価結果
総収入	3,120万€
会場数	199
上演数	43回
入場率	97%
来場者数	231,275人
来場者の国籍数	78カ国
-うち、非ヨーロッパの来場者の国籍数	40カ国
子ども向けのプログラム数	20
ヤング・シンガーズ・プロジェクトに参加した若手歌手の数	13人
ヤング・シンガーズ・プロジェクトに参加した若手歌手の国籍数	11カ国
ジャーナリストの数	650人
ジャーナリストの国籍数	35カ国
テレビ局・ラジオ局と共同収録した演目数	5作品

音楽分野のフェスティバルの評価指標・KPI例（2 / 6）

■エクサン・プロヴァンス音楽祭（Festival d'Aix-en-Provence）

開催地	フランス・エクサン＝プロヴァンス
開始年	1943年
成果指標の時点	2019年
出所	年次報告 (https://festival-aix.com/sites/default/files/imce/documents/exe.ra_.2019.uk_.pdf)

成果指標	評価結果
来場者数	63,000人
-うち、南プロヴァンス・アルプス・コートダジュール地域からの来場者の割合	49.1%
-うち、フランスのその他の地域からの来場者の割合	33.2%
-うち、国外からの来場者の割合	17.3%
入場率	92%
オペラ上演数	30回
客演オーケストラによる演奏会数	6回
コンサートの数	13回
アーティスト同士の交流会の数	14回
プロのためのミーティングイベント数	3回
チケット収入	360万€
購入されたチケット価格の内訳	-
-55€以下のチケット販売数の割合	34.3%
-56～120€のチケットの販売数の割合	21.6%
-121～200€のチケットの販売数の割合	25.2%
-201～290€のチケットの販売数の割合	18.9%
スポンサー企業の数	65社
個人寄付者の数	188人
スポンサー企業および個人からの寄付額	450万€
エクス・フェスティバル・アカデミーで提供された研修の数	9
エクス・フェスティバル・アカデミーに参加した若手音楽家の数	279人
エクス・フェスティバル・アカデミーに参加した若手音楽家の国籍数	37カ国
エクス・フェスティバル・アカデミー内で行った世界初演の演目数	1作品
エクス・フェスティバル・アカデミー内で行ったフランス初演の演目数	1作品
メディテラニアン・ユース・オーケストラに参加した若手音楽家の数	163人

音楽分野のフェスティバルの評価指標・KPI例（3 / 6）

※前頁の続き

成果指標	評価結果
メディテラニアン・ユース・オーケストラに参加した若手音楽家の国籍数	22カ国
メディテラニアン・ユース・オーケストラで指導した音楽家の数	21人
教育・社会的なプログラムの参加者数	2,970人
教育・社会的なプログラムに参加した学校数	85校
教育・社会的なプログラムに参加した社会機関数	87
教育・社会的なプログラムの協賛自治体数	50
協賛組織に提供した無料の座席数	4,180席
教育・社会的なプログラムに携わったアマチュア・アーティストの数	201人
バックステージツアーの参加者数	500人
オペラ・オン（30歳以下の若者向けプログラム）の会員数	550人
オペラ・オン（30歳以下の若者向けプログラム）でのチケット販売数	363枚
国際ツアーの演目数	11演目
国際ツアーの公演回数	50公演
国際ツアーの巡回都市数	10都市
無料パブリックビューイングの来場者数	5,223人
無料パブリックビューイングの回数	48回
無料パブリックビューイングの実施国数	15カ国

成果指標	評価結果
正規職員の数	50人
-うち、男性の割合	31%
-うち、女性の割合	69%
正規職員の平均年齢	38歳
スタッフの総数	1,270人
-うち、正規職員および期間限定で雇用された職員	750人
-うち、合唱団、オーケストラ団員	430人
-うち、アカデミーの音楽家と指導者	90人
環境を配慮して作られた舞台セットの割合	100%
再利用された使用済み舞台セットの割合	100%
ジャーナリストの数	170人
ジャーナリストの国籍数	20カ国
ラジオやニュースで報道された数	20回
テレビやネットで現地の様子が報告された数	13%
テレビやネット放映のためのオペラ公演収録数	4作品

音楽分野のフェスティバルの評価指標・KPI例（4 / 6）

■ルツェルン音楽祭（Lucerne Festival）

開催地	スイス・ルツェルン
開始年	1938年
成果指標の時点	2021年
出所	メディアリリース (https://www.lucernefestival.ch/de/presse/mediemitteilungen/download/258)

成果指標	評価結果
来場者数	41,000人
入場率	96%
全イベント数	89
無料イベント数	20
完売したコンサートの数	47
シンフォニーコンサートの数	29
シンフォニーコンサートの入場率	99%
世界初演の演目数	16作品
スイス初演の演目数	12作品
ルツェルン音楽祭アカデミーへの若手音楽家の参加者数	80人
ベルリンフィルの体験イベントに参加した子どもの数	700人
フェスティバルについて取り上げたラジオ局数	12局

音楽分野のフェスティバルの評価指標・KPI例（5 / 6）

■ フィレンツェ五月音楽祭（Maggio Musicale Fiorentino）

開催地	イタリア・フィレンツェ
開始年	1933年
成果指標の時点	2019年
出所	経営レポート (https://maggiofiorentino.trasparenza.info/files/17b3c7061788dbe82de5abe9f6fe22b3)

成果指標	評価結果
上演数	420回
演目数	20作品
普及を目的としたイベント数（コンサート・子供向け公演・公開リハーサル等）	120以上
ヤング・アーティスト・プログラムの卒業生数（歌手）	7人
ヤング・アーティスト・プログラムの卒業生数（指揮者）	4人
マッジョ・オペラ・スタジオ ^{※1} に参加した歌手の人数	8人
マッジョ・オペラ・スタジオ ^{※1} に参加した歌手の国籍数	5カ国
若手アーティスト ^{※2} がフェスティバルのオペラに出演した配役の数	92役
若手アーティスト ^{※2} がフェスティバルで舞台上に登場した数	545回
若手アーティスト ^{※2} が出演したコンサートの数	14
若手アーティスト ^{※2} がコンサートに登場した数	65回
子どものための合唱教室に入団した子どもの人数	24人

※1：若手オペラ歌手の育成プログラム

※2：ヤング・アーティスト・プログラムとマッジョ・オペラ・スタジオ出身の若手アーティスト

音楽分野のフェスティバルの評価指標・KPI例（6 / 6）

■ アレーナ・ディ・ヴェローナ音楽祭（Arena di Verona Festival）

開催地	イタリア・ヴェローナ
開始年	1913年
成果指標の時点	2019年
出所	経営レポート (https://www.arena.it/storage/docs/20201127_Bilancio-2019.pdf)

成果指標	評価結果
上演数（オペラ、バレエ、コンサートの合計）	133回
-うち、オペラの上演数	88回
-うち、コンサートの数	43回
-うち、バレエの上演数	2回
来場者数	454,700人
オペラ演目数	5作品
特別企画の数	3
チケット収入	24,791,000 €
チケット1枚当たりの平均収益	54.52 €
チケット販売収入全体に占める広告費の割合	3.2%

■ ブレゲンツ音楽祭（Bregenzer Festspiele）

開催地	オーストリア・ブレゲンツ
開始年	1946年
成果指標の時点	2019年
出所	最終報告 (https://pressefoyer.at/de/bilanz-pressekonferenz-der-saison-2019_20190816)

成果指標	評価結果
来場者数	249,187人
各公演の来場者数と入場率（転載省略）	-
オペラを含む全イベントの上演回数	80回
満席となったオペラ上演数	27回

演劇分野のフェスティバルの評価指標・KPI例（1 / 10）

■ マンチェスター国際フェスティバル（Manchester International Festival）

開催地	イギリス・マンチェスター
開始年	2007年
成果指標の時点	2019年
出所	マンチェスター市議会 決議報告書 (https://democracy.manchester.gov.uk/documents/s11309/Manchester%20International%20Festival%202019.pdf) 等

成果指標	評価結果
演目数	21作品
上演数	279回
入場率（有料公演のみ）	79%
経済波及効果	5,020万 £
タクシー利用回数	1,214回
宿泊数	5,357泊
宿泊客の割合	20%
宿泊客の平均消費額	£130/日
フェスティバルに携わる市内サプライヤーの数	766社
サプライヤーのうち、市内の事業者の割合	65%
個人寄付者や企業からの寄付額（現物支給を含む）	237万 £
フェスティバルに支援を行った企業の数	65社
来場者数	302,161人
来場者の居住地の内訳	-
-マンチェスター市内	30%
-他のグレーターマンチェスター行政区内	35%
-英国北西部の他の地域	10%
-北西部を除く英国その他地域	19%
-国外	5%
低所得層の市民に対して、10 £ 以下で提供されたチケットの割合	35%
低所得層の市民に対して、提供された無料チケットの数	2,531枚
来場者のうち、BAMEの割合	27%
来場者のうち、障がい者の割合	21%
来場者のうち、20歳未満の若者の割合	43%

演劇分野のフェスティバルの評価指標・KPI例（2 / 10）

※前頁の続き

成果指標	評価結果
フェスティバル全体の満足度について、「優」または「良」と評価した来場者の割合	93%
フェスティバルの質の満足度について、「優」または「良」と評価した来場者の割合	90%
「このフェスティバルを他の人に勧めたい」と回答した来場者の割合	92%
「フェスティバルはマンチェスターを世界的な文化都市にするのに役立つ」に「強く同意」または「同意」と回答した来場者の割合	93%
「このフェスティバルでは他の地域では得られないユニークな体験ができる」に「強く同意」または「同意」と回答した来場者の割合	86%
「フェスティバルは、準備期間中および会期中に、マンチェスターに興奮をもたらす」に「強く同意」または「同意」と回答した来場者の割合	82%
「フェスティバルは、ユニークで意外性のある作品を紹介するという評判通りのものであった」に「強く同意」または「同意」と回答した来場者の割合	88%
「フェスティバルは誰でも歓迎し、観客の声に耳を傾けるものである」に「強く同意」または「同意」と回答した来場者の割合	75%
「フェスティバルはマンチェスターを、住むにも、働くにも、学ぶにも素晴らしい場所にしてくれる」に「強く同意」または「同意」と回答した来場者の割合	85%
「フェスティバルは街の人々に新しい方法でクリエイティブになることを奨励し、刺激している」に「強く同意」または「同意」と回答した来場者の割合	75%
ウェブサイト ページビュー数	660万回
ウェブサイト リーチ数	251,347億人
ウェブサイト 視聴された国数（英国を除く）	199カ国
フェスティバルのライブ放送の視聴者数の前年比	45%増
広告換算価値	4,300万 £
フェスティバルについて各種メディア（オンライン含む）で報道された国数（英国を除く）	41カ国
フェスティバルに携わるスタッフ数	496人
年間契約のスタッフ数	61人
フリーランスのスタッフの数	46人

演劇分野のフェスティバルの評価指標・KPI例（3 / 10）

※前頁の続き

成果指標	評価結果
ボランティア人数	507人
ボランティアの総時間数	16,000時間
研修生（6カ月間のプログラム）の数	6人
今年度、新たに委託したアーティストの数	21組
アーティスト、舞台監督、会場係、技術者の数	496人
アーティストのうち、BAMEの割合	45%
アーティストのうち、女性の割合	42%
アーティストのうち、障がい者の人数	1人
アーツ・ウィークエンド(アーティスト同士の交流企画) の参加アーティスト数	152人
教育プログラムに参加した学校数	27校
教育プログラムに参加した学生数	1,152人
観客として作品を鑑賞した学生数	1,500人
カーボン・リテラシーの研修を受けた正規職員の割合	60%
会場から出る廃棄物のうち、埋立て処分されなかった資源の割合	86%
セットや小道具のうち再利用またはリサイクルされた資源の割合	88%

演劇分野のフェスティバルの評価指標・KPI例（4 / 10）

■ フェスティバル・ドートンヌ・ア・パリ（Festival d'Automne à Paris）

開催地	フランス・パリ
開始年	1972年
成果指標の時点	2019年
出所	活動報告 (https://www.festival-automne.com/modele-economique)

成果指標	評価結果
来場者数(公演、展示会、映画等全プログラム)	215,284人
-うち、劇場公演への来場者数	160,284人
会場数	57
-うち、パリの会場	27
-うち、イル・ド・フランスの会場	30
今シーズン新たに加わったパートナー会場	11
海外プロジェクトの数	54
海外プロジェクトの参加国数	22
上演数	486回
各事業の来場者数と入場率、学生の来場者数（転載省略）	-
フェスティバルの公演に出演した子ども・若者の数	170人
28歳以下の来場者の割合	36%
平均チケット価格	17.96 €
フェスティバル会員の加入者数	4,821人
-うち、パリ市民の割合	72%
-うち、イル・ド・フランス出身者の割合	21%
-うち、若年層の割合	28%
会員特典を利用して購入されたチケットの割合	64%
4～25歳の来場者数（教育・芸術活動、WS、学校プログラム）	3,225人
プロジェクトを実施した学校数	73校
学生券の販売数	615枚
学生券の販売数の割合	12.4%

演劇分野のフェスティバルの評価指標・KPI例（5 / 10）

※前頁の続き

成果指標	評価結果
コラボレーションしたパートナーの地域内訳	-
-フランスのパートナーの数	40
-ヨーロッパのパートナーの数	41
-非ヨーロッパのパートナーの数	15
フェスティバルに携わったアーティストや技術者、制作者数の内訳	-
-フランス人	460人
-ヨーロッパ	160人
-非ヨーロッパ	180人
総支出における、芸術活動に充てられた予算額の割合	65%
スポンサー収入の額	8,228 €
スポンサー企業の数	54社
フェスティバルに関する記事掲載数	1,114
フェスティバルについて取り上げた国外の新聞社数	28
フェスティバルについて取り上げたラジオプログラム数	76
フェスティバルについて取り上げた国外のラジオ局数	4
フェスティバルについて取り上げたテレビプログラム数	19
ウェブ向けの動画トピック数	14

演劇分野のフェスティバルの評価指標・KPI例（6 / 10）

■ フェスティバル・トランスアメリーク（Festival TransAmériques）

開催地	カナダ・モントリオール
開始年	1985年
成果指標の時点	2019年
出所	年次活動報告 (http://ville.montreal.qc.ca/pls/portal/docs/PAGE/LE_GREFFE_FR/MEDIA/DOCUMENTS/RAPPORT_FTA_2019.PDF)

成果指標	評価結果
チケット販売数	23,667枚
演目数	23作品
会場数	18
上演数	89回
上演に付随するアクティビティの実施数	71
上演に付随するアクティビティの来場者数	8,914人
入場率	93%
プロダクションへの参加国数	11カ国
プロダクションに参加したアーティストの国籍数	17カ国
プロダクションに参加したアーティストの数	177人
ジャーナリストの数	152人
-うち、ケベック州外からのジャーナリストの数	20人
若い観客のためのサポートとトレーニングの活動に参加した学生数	779人
若い観客のためのサポートとトレーニングの活動に参加した学校数	29校
海外から訪れたディレクター等の人数	116人
海外から訪れたディレクター等の国籍数	27カ国
海外から訪れたディレクター等の平均鑑賞公演数	6回
来場者のGHG排出量	798トン-CO2
主催者（スタッフ、アーティスト、招聘プロフェッショナル）のGHG排出量	440トン-CO2
ウェブサイト ページビュー数 前年比	27%増
プロモーション・ニュースレターの開封率	32%
Facebook フォロワー数	20,040人
Instagram フォロワー数	4,735人
Twitter フォロワー数	7,264人
Linkedin フォロワー数	233人

演劇分野のフェスティバルの評価指標・KPI例（7 / 10）

※前頁の続き

成果指標	評価結果
Facebook グループ登録者数	244人
フェスティバルに関する記事掲載数	508本
-うち、web上の記事の割合	74%
市内ホテルの宿泊数	2209泊
アーティストやジャーナリスト・関係者のホテル宿泊数	1063泊
学生のための巡回公演にともない生じた宿泊数	1146泊
パートナーホテルの数	6
ボランティア人数	55人
ボランティアの総活動時間	657時間
フェスティバル会員からの寄付総額	35,708\$
フェスティバル会員からの平均寄付額	290\$
公式プログラムに掲載される広告収入	17,525\$

演劇分野のフェスティバルの評価指標・KPI例（8 / 10）

■ウィーン芸術週間（Wiener Festwochen）

開催地	オーストリア・ウィーン
開始年	1951年
成果指標の時点	2019年・2020年
出所	ウィーン市芸術・文化・科学報告書 (https://www.wien.gv.at/kultur/abteilung/pdf/kunstbericht2019.pdf 、 https://www.wien.gv.at/kultur/abteilung/pdf/kunstbericht-2020.pdf)

※2019年

成果指標	評価結果
演目数	46作品
世界初演の演目数	11作品
来場者数	102,549人
-うち、入場無料イベントへの来場者数	63,517人
ポッドキャスト ダウンロード数	34,365回
スタッフ数	52人
-うち、女性の割合	65%
-うち、男性の割合	35%
管理職数	2人
-うち、女性の割合	0%
-うち、男性の割合	100%

※2020年（2019年がないもののみを記載）

成果指標	評価結果
ウェブサイト アクセス数	約4万回
投稿された動画の総視聴時間	約2,700時間
チケット販売数	6,444枚

演劇分野のフェスティバルの評価指標・KPI例（9 / 10）

■ クンステン・フェスティバル・デザール（Kunstenfestivaldesarts）

開催地	ベルギー・ブリュッセル
開始年	1994年
成果指標の時点	2021年
出所	プレスファイル (https://drive.google.com/file/d/1wNtB6qJogLYEfjhIXBzEFu4F_CKEYgQr/view)

成果指標	評価結果
アートプロジェクトの数	36
プロジェクトに関わったアーティストの人数	49人
プロジェクトに関わったアーティストの国籍数	20カ国
世界初演の演目数	24作品
上演数	213回
展覧会の数	8
国際共同制作の数	26
新プロジェクトの数	15
オンライントークの数	10
無料コンサートの数	14
パフォーマーの数	59
ボランティア人数	35人
フェスティバルのプロジェクトに携わった若者の人数	50人
パートナー会場の数	18
ブリュッセルの公共スペースで行われたプロジェクトの数	6
オンライン・パフォーマンスの数	7
ラジオ・パフォーマンスの数	1
チケット販売数	12,382枚
字幕付き上演数	20回
手話付き上演数	3回

演劇分野のフェスティバルの評価指標・KPI例（10／10）

■ アヴィニオン演劇祭（Festival d'Avignon）

開催地	フランス・アヴィニオン
開始年	1947年
成果指標の時点	2019年
出所	アヴィニオン演劇祭プロフェッショナル・プラットフォーム (https://festival-avignon.com/en/archives)

成果指標	評価結果
有料チケット販売数	105,484枚
有料チケットを購入した「プロの観客 public pro」の人数	1,436人
「プロの観客」が購入したチケット枚数	14,442枚
来場者のうち、「プロの観客」の割合	13.69%
来場する「プロの観客」の一日あたりの平均人数	62人/日
「プロの観客」1人当たりの鑑賞回数	10回

■ オランダ・フェスティバル（Holland Festival）

開催地	オランダ, アムステルダム
開始年	1947年
成果指標の時点	2019年
出所	年次報告 (https://www.hollandfestival.nl/nl/over-hf/rapportages/)

成果指標	評価結果
来場者数	84,000人
招聘カンパニー数	36
入場率（平均）	84%
参加国数	30カ国以上
ウェブサイト 訪問者数	225,000人
ウェブサイト ページビュー数	357,000回

本節の主要なポイントと考察（1 / 2）

- 我が国においては文化芸術のフェスティバルでは定量的な目標設定が難しいという指摘が多く見られるが、国外の主要なフェスティバルでは、多種多様な定量指標を設定。
- その定量指標は各事業のミッション（目指すもの）や特色に応じた多様かつユニークなものを設定している。
- 必ずしもアウトカム指標（成果指標）だけではなくアウトプット指標（結果指標）も多く用いている。
ただし、アウトプットがアウトカムを予感させる（アウトプットとアウトカムの因果・相関関係が強そうな）指標設定となるように工夫している。

本節の主要なポイントと考察（2 / 2）

- 我が国の事業と同様に入場者数を指標として用いている事業も多いが、ただ単に全入場者数を指標とするのではなく、ターゲットとする属性別（年代、居住地・エリア、経済状況、障がいの有無、芸術関係者・プレス等）の入場者数や割合などを指標としているケースが多い。
- いわゆる、事業の“お客様”の反応に関するものだけでなく、フェスティバルとしてのガバナンス（スタッフ、環境対応の状況等）に関する指標や、人材育成機能（アーティストの輩出等）に関する指標等を設定している事業も多く見られた。
- 開催前に具体的な目標値を設定しているものは見られない。あくまでもモニタリングのための位置付け。

1 本事業の概要

2 国際文化芸術発信拠点形成事業の成果検証

2-1 採択団体・有識者ヒアリング結果

2-2 国内主要フェスティバルに関するアンケート調査結果

2-3 各種調査結果を元にした主な成果と課題の整理

3 世界の国際芸術祭に係る調査・分析

3-1 近年注目度を高める国際芸術祭

3-2 主要な国際芸術祭のモニタリング指標・KPI

3-3 コロナ禍における国際芸術祭の開催状況

4 シンポジウムの企画・運営

4-1 シンポジウムの企画・運営内容

4-2 シンポジウムの反応

本節の概要

- 昨年度事業では、「ウィズコロナ・アフターコロナにおける文化芸術フェスティバルの国際発信とインバウンド拡大に向けた展望」をテーマとしたシンポジウムを実施。弊社より「コロナ時代の国内外の文化芸術フェスティバルの国際発信の戦略と状況」についての情報提供を行い好評を得た。
- 仕様書には記載がないが、今年度事業においても、「国内外の主要フェスティバルの開催状況」についての情報提供を行った。本節はその際の資料を掲載したものである。
- 主に、国内外の美術系・舞台芸術系のフェスティバルについて、延期等の判断の有無・判断のタイミング等を整理している。

参考) 国内の主要フェスティバルの開催状況 (2021年1月時点) ※昨年度シンポジウム資料の再掲

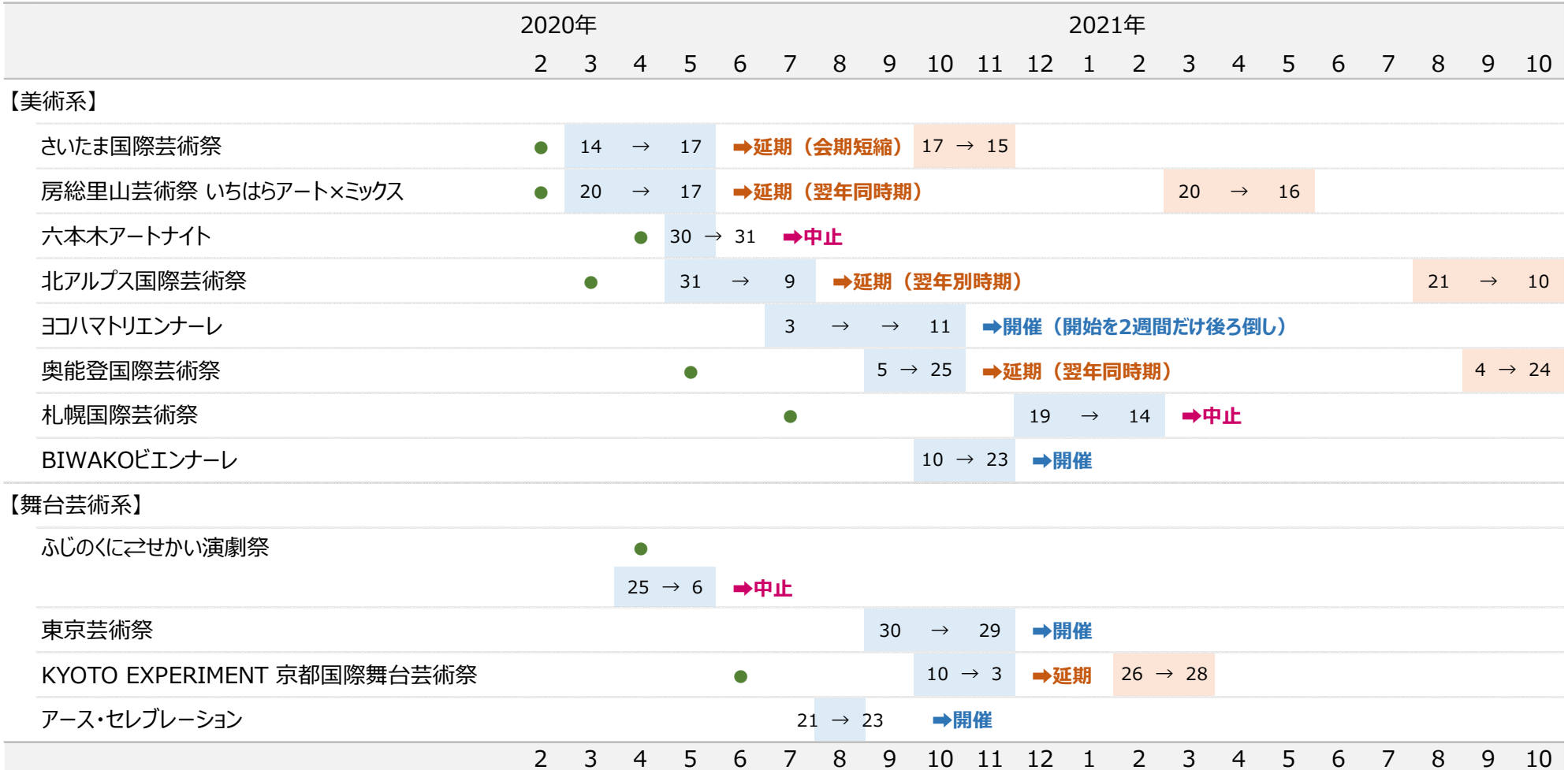
●…延期・中止を発表したタイミング

…当初予定の会期
…延期後の会期

青字…当初予定の会期にて実施を行ったもの

橙字…延期を開催の判断を行ったもの

赤字…中止の判断を行ったもの

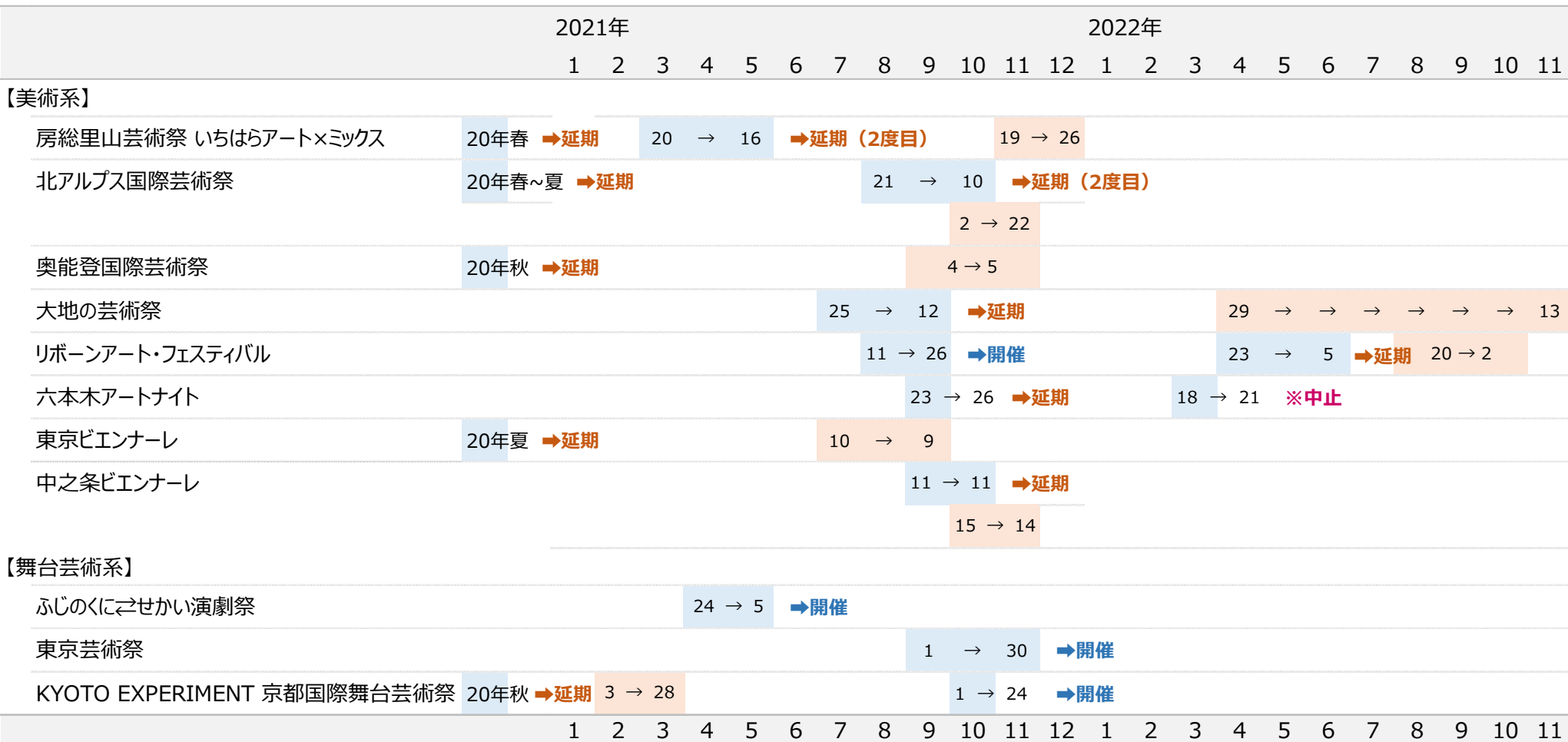


参考) 国外の主要フェスティバルの開催状況 (2021年1月時点) ※昨年度シンポジウム資料の再掲

		2020年												2021年												2022年																											
		3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	1																	
【美術系】																																																					
シドニー・ビエンナーレ	オーストラリア	14	→	→	8	→会期中に一時中断 (3/24~6/16) 会期を9月まで延期																																															
グラスゴー・インターナショナル	イギリス	●	3	→	1	→延期										11	→	27																																			
マニフェスタ	フランス													7	→	→	→	1	→開催 (開始を3ヶ月程度後ろ倒し)																																		
	(各国巡回)													28						→	→	29																															
ヘルシンキ・ビエンナーレ	フィンランド	●													12	→	→	27	→延期										12	→	→	26																					
ベルリン・ビエンナーレ	ドイツ													13	→	→	13	→延期																																			
		●													5						→	→	1																														
リバプール・ビエンナーレ	イギリス	●													11	→	→	25	→延期										20	→	→	6																					
ベネチア・ビエンナーレ (建築)	イタリア	●													29						→	→	29	→延期										22						→	→	→	→	27									
〃 (美術)	イタリア	●																									未定						→延期						23						→	→	→	→	→	27			
ドクメンタ	ドイツ													●																									18						→	→	25	→延期の検討					
リヨン・ビエンナーレ	フランス	●																									未定						→延期						1						→	→	→	31					
光州ビエンナーレ	韓国	●													4						→	29	→延期										26						→	→	9												
上海ビエンナーレ	中国													10						→	→	→	→	→	27	→開催																											
台北ビエンナーレ	台湾													21						→	→	→	14	→開催																													
【舞台芸術系】																																																					
アヴィニオン演劇祭	フランス	●	3	→	27	→中止																																															
エジンバラ・フェスティバル	イギリス	●	7	→	29	→中止																																															

国内の主要フェスティバルの開催状況（2022年1月現在）

➡引き続き多くが延期等の影響を受けた。



国外の主要フェスティバルの開催状況（2022年1月現在）

➡日本のフェスティバルよりも延期の判断は早い傾向。2021年は比較的開催された。

			2021年					2022年					2023年																
			3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	1	2	3	4	5
【美術系】																													
ヘルシンキ・ビエンナーレ	フィンランド	20年 →延期						12	→	→	26	※次回は2023年にスライド																	
リバプール・ビエンナーレ	イギリス	20年 →延期	20	→	→	27	※次回は2023年にスライド																						
グラスゴー・インターナショナル	イギリス	20年 →延期						11	→	27	※オンラインプログラムのみ実施																		
ベネチア・ビエンナーレ（建築）	イタリア	20年 →延期						22	→	→	→	→	21	※次回は2023年にスライド															
”（美術）	イタリア							未定					→延期	23	→	→	→	→	→	→	27								
ドクメンタ	ドイツ																	18	→	→	25								
リヨン・ビエンナーレ	フランス												未定		→延期						14	→	→	31					
イスタンブール・ビエンナーレ	トルコ									11	→	14	→延期						17	→	20								
シャルジャ・ビエンナーレ	UAE							未定		→延期						未定		→延期（2度目）						未定					
サンパウロ・ビエンナーレ	ブラジル	20年 →延期								4	→	→	5	※次回は2023年にスライド															
アジア・パシフィック・トリエンナーレ	オーストラリア												4	→	→	→	→	25	→開催										
コチ・ムズリス・ビエンナーレ	インド	20年 →延期											未定		→延期（2度目）						12	→	→	→	10				
光州ビエンナーレ	韓国	20年 →延期	1	→	10	※次回は2023年にスライド																							
上海ビエンナーレ	中国		→	→	→	→	25	→開催																					
【舞台芸術系】																													
アヴィニオン演劇祭	フランス							5	→	25	→開催																		
エジンバラ・フェスティバル	イギリス									5	→	29	→開催																

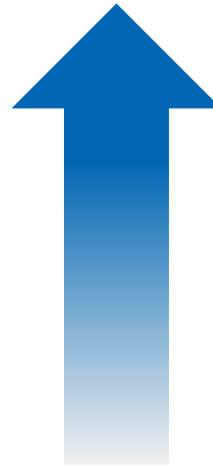
文化芸術フェスティバルの目的例 ※昨年度シンポジウムの再掲

➡本来の目的がこの状況下の開催によって達成されるかどうか最も重要なポイント。

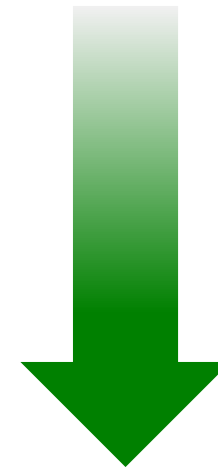
今一度、フェスティバルを何のために実施しているか／何を重視しているかに立ち返るべき。

- 地域の活性化（交流人口・関係人口増）
- 経済の活性化
- 観光資源の充実・観光客の拡大（インバウンド等）
- 都市のブランディング + シティプロモーション
- シビックプライドの醸成
- 地域住民への芸術鑑賞の間口の拡大
- 地域住民の交流・コミュニティ形成
- 歴史的な過ちの記憶・自省
- 歴史・伝統の継承

日本のフェスティバルに
多い目的



欧米のフェスティバルに
多い目的



コロナ下での開催における各種実施方法の変更 ※昨年度シンポジウムの再掲

➡各種対応に関しては国外よりも国内のほうがしっかりと対応している印象。これらの対応は、従前からあれば望ましかったものが多い。これは、コロナ後の国際発信力強化・インバウンド対応にも繋がる事柄。

【主な対応の内容】

(リアル)

- 事前購入・予約制（定員制）
- 電子決済・チケットレス
- 観客のトレーサビリティ、検温・消毒等の徹底
- 空間ごとの観客の制限
- スマホを介した作品説明（紙の配布物の廃止）

(オンライン)

- 作品の写真・映像配信
- 展示の仮想体験（VR）
- アーティスト・キュレーター等のインタビュー・トーク・シンポジウムの配信

1 本事業の概要

2 国際文化芸術発信拠点形成事業の成果検証

2-1 採択団体・有識者ヒアリング結果

2-2 国内主要フェスティバルに関するアンケート調査結果

2-3 各種調査結果を元にした主な成果と課題の整理

3 世界の国際芸術祭に係る調査・分析

3-1 近年注目度を高める国際芸術祭

3-2 主要な国際芸術祭のモニタリング指標・KPI

3-3 コロナ禍における国際芸術祭の開催状況

4 シンポジウムの企画・運営

4-1 シンポジウムの企画・運営内容

4-2 シンポジウムの反応

シンポジウムの概要（1 / 2）

➡昨年度事業のアンケートでもニーズの高かったコロナ禍におけるフェスティバルの在り方について情報発信。

【収録日時】

- 2022年1月19日（水）13：30～17：00
- 当日は録画を行い、後日ネット上で公開。
※ご登壇者様はご自身のPCから参加

【テーマ】

- アフターコロナにおける国際的な文化芸術フェスティバルの進むべき方向性と可能性
 - 参考) 2020年度テーマ
ウィズコロナ・アフターコロナにおける文化芸術フェスティバルの国際発信とインバウンド拡大に向けた展望
 - 参考) 2019年度テーマ
国際発信力強化とインバウンド拡大に向けた我が国の文化芸術フェスティバルの展望

【登壇者】

- 北川フラム様
(株)アートフロントギャラリー代表取締役会長、アートディレクター
- 宮城聡様
演出家、SPAC 静岡県舞台芸術センター芸術総監督
- 綿江彰禅
一般社団法人芸術と創造代表理事

【当日プログラム】※全体で約185分

- 全体の流れ・文化庁挨拶（5分）
- 話題提供（綿江彰禅）（30分）
- 基調講演（北川フラム様）（35分）
- 基調講演（宮城聡様）（35分）
- パネルディスカッション（75分）

シンポジウムの概要（2 / 2）

➡主に文化庁のフェスティバル関連事業の採択団体をターゲットとし広報を行った。

【広報対象】

- メイン：国際文化芸術発信拠点形成事業採択団体の担当者
- サブ：文化芸術フェスティバルを行っている自治体等の担当者
 - 文化芸術創造拠点形成事業採択団体
 - 日本博を契機とする文化資源コンテンツ創成事業（文化資源活用推進事業）
 - CCNJ国際展部会参加団体

【広報手段】

- 上記広報対象に対しては文化庁の各事業の担当課よりメールにて連絡
- そのほか文化庁のWEBサイト上にも案内を掲載

【申込受付方法】

- 「Google フォーム」を用いて作成した所定のフォームに記入いただき、視聴用のURLを2月18日より順次連絡（申込時は簡単なアンケートに回答頂いた）

【申込受付期間】

- 2022年2月18日～3月18日

【映像配信期間】

- 2022年2月21日～3月21日

シンポジウムのプログラム

- 文化庁挨拶

星野有希枝（文化庁文化経済・国際課グローバル展開推進室長）

- 話題提供（約30分）

「国内主要フェスティバルの開催状況」と「国内主要フェスティバルに関するアンケート調査結果」

綿江彰禪（一般社団法人芸術と創造 代表理事）

- 基調講演①（約35分）

北川フラム様（株式会社アートフロントギャラリー代表取締役会長／アートディレクター）

- 基調講演②（約35分）

宮城聡（演出家／SPAC-静岡県舞台芸術センター芸術総監督）

- パネルディスカッション（約75分）

パネリスト：北川フラム様 / 宮城聡様、モデレーター：綿江彰禪

登壇者のプロフィール

氏名 ※敬称略	プロフィール
<p>北川フラム (株)アートフロントギャラリー代表取締役会長、 大地の芸術祭総合ディレクター、 瀬戸内国際芸術祭総合ディレクター、 北アルプス国際芸術祭総合ディレクター、 奥能登国際芸術祭総合ディレクター、 いちはらアートミックス総合ディレクター</p>	<p>1946年新潟県高田市（現上越市）生まれ。東京芸術大学美術学部卒業。アートフロントギャラリー主宰。主なプロデュースとして、「アントニオ・ガウディ展」（1978-79）、アパルトヘイトに反対する動きを草の根的に展開した「アパルトヘイト否！国際美術展」（1988-90）、米軍基地跡地を文化の街に変えた「ファーレ立川アートプロジェクト」（1994）等。地域づくりの実践として、「大地の芸術祭 越後妻有アートトリエンナーレ」（2000～）、「瀬戸内国際芸術祭」（2010～）等で総合ディレクターをつとめる。フランス、ポーランド、オーストラリアから勲章を受勲。2006年度芸術選奨文部科学大臣賞、2017年度朝日賞、2018年度文化功労者。2019年度イーハトーブ賞他を受賞</p>
<p>宮城聡 演出家、 SPAC-静岡県舞台芸術センター芸術総監督、 SPACふじのくにせかい演劇祭 フェスティバルディレクター、 東京芸術祭総合ディレクター</p>	<p>東京大学で小田島雄志・渡辺守章・日高八郎各師から演劇論を学び、1990年ク・ナウカ旗揚げ。国際的な公演活動を展開し、同時代的テキスト解釈とアジア演劇の身体技法や様式性を融合させた演出で国内外から高い評価を得る。2007年4月SPAC芸術総監督に就任。自作の上演と並行して世界各地から現代社会を鋭く切り取った作品を次々と招聘、またアウトリーチにも力を注ぎ「世界を見る窓」としての劇場運営をおこなっている。2017年『アンティゴネ』をフランス・アヴィニョン演劇祭のオープニング作品として法王庁中庭で上演（アジア演劇史上初）。2004年第3回朝日舞台芸術賞受賞。2005年第2回アサヒビール芸術賞受賞。2018年平成29年度第68回芸術選奨文部科学大臣賞受賞。2019年4月フランス芸術文化勲章シュヴァリエを受章。</p>
<p>綿江彰禪 一般社団法人芸術と創造 代表理事</p>	<p>2006年名古屋大学大学院経済学研究科修了。 2006年に（株）野村総合研究所に入社し、官民のマーケティングや組織設計に関するコンサルティングに従事。2014年慶應義塾大学大学院文学研究科修了、2016年（株）野村総合研究所を退職し独立。現在、一般社団法人芸術と創造代表理事。 政府や地方自治体を対象とした文化政策・産業政策および文化団体の運営に関するコンサルティングを行う。これまでの担当事業は100を超える。詳細はhttp://www.pac.asia/watae.html参照。</p>

シンポジウムの映像

➡収録した映像は編集し、配信を行った。

文化庁シンポジウム

アフターコロナにおける
国際的な文化芸術フェスティバルの
進むべき方向性と可能性

視聴後、アンケートにご協力ください

文化庁
Agency for Cultural Affairs
Government of Japan

奥能登国際芸術祭 珠洲

奥能登国際芸術祭2020+

会期: 2021年9月4日(土) - 10月24日(日)

9月12日まで: スズ・シアター・ミュージアム、屋外作品他、一部作品公開
9月13日以降: 全作品公開予定

株式会社アートフロントギャラリー 代表取締役会長/アートディレクター
北川 フラム

演出家/S P A C、静岡県舞台芸術センター芸術総監
宮城 聡

一般社団法人 芸術と創造 代表理事
綿江 彰 禅

【開催市区町村】当該フェスティバルが地域において重要だと思う割合 ※開催市区町村全体の中の割合
➡一部事業（大道芸、瀬戸内国際芸術祭）では地域住民の約半数超が重要だと考えている。

■ グレーで網掛けされている事業はサンプル数が少ない（50以下）ため参考値。

事業名	割合 (%)
大道芸ワールドカップ in 静岡 (n=388)	60
瀬戸内国際芸術祭 (n=345)	58
リポーンアート・フェスティバル (n=82)	32
横浜トリエンナーレ (n=226)	20
八木木アートナイト (n=109)	17
東京芸術祭 (n=108)	16
横浜芸術祭 (n=87)	10
北九州ポカカルチャーフェスティバル (n=51)	9
ふじのくに せがれ芸術祭 (n=57)	8
KYOTO KOUGEI WEEK (n=49)	7
Dance Dance Dance at YOKOHAMA (n=65)	6
Art Collaboration Kyoto (n=28)	4
ストレンジシアター静岡 (n=25)	3
ARTISTS' FAIR KYOTO (n=23)	3

※「重要な存在だと思う」、「どちらかといえば重要な存在だと思う」、「どちらかといえば重要な存在ではない」、「重要な存在ではない」、「わからない/判断できない/判断しづらい」を選択（事業を認識している方にのみ回答）。「重要な存在だと思う」、「どちらかといえば重要な存在だと思う」の割合を算出した人の、開催市区町村全体に対する割合を掲載。
※大衆の芸術祭、アース・セレブレーションは、開催市区町村では調査対象外。

Copyright © 一般社団法人 芸術と創造 23

シンポジウムのチラシ

⇒シンポジウムとして一貫したイメージを発信するため、これまでとテイストを揃えたチラシを作成。

【チラシ表面】

文化庁シンポジウム

アフターコロナにおける 国際的な文化芸術フェスティバルの 進むべき方向性と可能性



映像配信期間 2022年 2月21日(月)～3月21日(月)
要事前申込・無料 ※映像をご覧いただくには、事前申し込みが必要となります。お子数ですが下記のとおりに申し込みください。

申し込み方法

「<https://forms.gle/d59tMwem234ZzJS8>」にアクセスいただき、必要事項をご記入の上お申し込みください。本シンポジウム事務局より視察のためのURLを3営業日以内にご案内いたします。※今後のシンポジウム開催のため、既に視聴済みのアンケート回答にご協力ください。※googleフォームにアクセスできない方は、姓名を「シンポジウム」として、Eメールを事務局(Taro@pac.asia)までお送りください。Eメールの受信メールはアカウントを認証する必要があります。

申し込み期間

現在受付中～3月18日(金)まで



主催 文化庁
共催 一般社団法人芸術と創造
info@pac.asia

プログラム

文化庁挨拶 (約30分)

話題提供 (約30分)

「国内外主要フェスティバルの開催状況」と

「国内主要フェスティバルに関するアンケート調査結果」

総括 総括 一般社団法人芸術と創造 代表理事

基調講演 1 (約35分)

コロナ禍における地方芸術祭

北川フラム (株)アートフロントギャラリー代表取締役会長/アートディレクター

基調講演 2 (約35分)

国内外のフェスティバルの実施状況

宮城 聰 演出家 / SPAC 特別顧問 芸術センター芸術総監督

パネルディスカッション (約70分)

パネリスト: 北川フラム / 宮城 聰 モデレーター: 綿江彰輝

【チラシ裏面】

文化庁シンポジウム

アフターコロナにおける 国際的な文化芸術フェスティバルの 進むべき方向性と可能性

2021年も新型コロナウイルス感染症の影響は続き、多くの文化芸術のフェスティバルが延期・中止を迫られました。一部のフェスティバルは開催されましたが、事業の在り方や運営の方法は従来から大きく変えざるを得ない状況になっています。また、国際的な往來が制限されるなか、インバウンドの拡大や国際発信のための打ちは制限されてしまっています。

新型コロナウイルス感染症収束の見通しが立たず、従来のような生活が戻るか不透明ななか、我が国における国際的な文化芸術フェスティバルはどのような方向に進むべきなのか、フェスティバルはどのような可能性をもちうるのか、フェスティバルのディレクターを迎え、議論を行います。

登壇者

基調講演・パネリスト



北川フラム

株式会社アートフロントギャラリー
代表取締役会長
地域の芸術祭総合ディレクター
瀬戸内国際芸術祭総合ディレクター
北アラス国際芸術祭総合ディレクター
舞臺芸術祭総合ディレクター
いしはらアートセンター総合ディレクター

1946年新潟県高田市(現上越市)生まれ。東京芸術大学美術学部卒業。アートフロントギャラリー主宰。主なプロデュースとして、「アムステルダム・ゴッホ展」(1978-79)、アムステルダムに反対する動きを単独的に展開した「フォーレ・ト・ト」(国際美術展) (1984-90)、米軍基地跡地を文化の街に変えた「フォーレ・立川アートプロジェクト」(1994)等。地域づくりの実践として、「大地の芸術祭 越後妻有アートトリエンナーレ」(2000-)、「瀬戸内国際芸術祭」(2010-)等で開催ディレクターを務める。フランス、ポランド、オーストラリアから勲章を受賞。2006年度芸術選奨文部科学大臣賞。2016年業績賞受賞。2017年度朝日賞受賞。2018年度文化功労者受賞。2019年度イートアップ賞を受賞。

基調講演・パネリスト



宮城 聰

演出家
SPAC 特別顧問 芸術センター芸術総監督
SPAC 100のこころをいしはら芸術祭
アートディレクター
東京芸術祭総合ディレクター

東京大学で小田島雄志・渡辺守章・日高八郎各師から演劇論を学び、1990年カナダに渡り、国際的な公演活動を展開し、同時代的なテキスト解釈と演劇の身体性や様式性を融合させた演出で国内外から高い評価を得る。2007年4月SPAC芸術総監督に就任。自作の上演と並行して世界各地から現代社会を鋭く切り取った作品を次々招聘。またアトリウムにも力を注ぎ「世界を見る窓」としての劇場運営をおこなっている。2017年「アノタゴネ」をフランス・ブリュッセル演劇祭のオープニング作品として法王庁中庭で上演(マクドナルド主催)。2004年第3回朝日舞台芸術賞受賞。2005年第2回アサヒテレビ芸術賞受賞。2018年平成29年度第68回芸術選奨文部科学大臣賞受賞。2019年4月クワダ芸術文化勲章シグナリエを受賞。

話題提供・モデレーター



綿江彰輝

一般社団法人芸術と創造 代表理事

2006年名古屋大学大学院経済学研究科修了。
2006年に株式会社野村総合研究所に入社し、官民のマーケティングや組織設計に関するコンサルティングに従事。2014年慶應義塾大学大学院文学研究科修了。2016年株式会社野村総合研究所を退職し独立。現在、一般社団法人芸術と創造代表理事。
政府や地方自治体を対象とした文化政策・産業政策および文化団体の運営に関するコンサルティングを行う。これまでの担当事業は100を超える。
詳細は<http://www.pacasia/waize.html>参照。

シンポジウムのチラシ

参考) これまでのチラシとの比較

【2019年度チラシ】



文化庁シンポジウム

国際発信力強化とインバウンド拡大に向けた我が国の文化芸術フェスティバルの展望

登壇者 ※要予約

パネリスト
逢坂恵理子 (国立新美術館 / 横浜美術館 館長)
北川フラム (株)アートフロントギャラリー 代表取締役会長 大塚の芸術祭 総合ディレクター 神戸国際芸術祭 総合ディレクター
宮城聡 (原宿区 SPAC) 特別支援小児芸術センター 芸術総監督 東京芸術祭 総合ディレクター
伏谷博之 ORIGINAL, Inc. 代表取締役 タムアの運営 代表
モデレーター
繪江彰禎 (一般社団法人芸術と創造 代表理事)

主催 文化庁
問い合わせ先 一般社団法人芸術と創造 info@pac.asia

プログラム

文化庁挨拶

パネルディスカッション

テーマ1 文化芸術フェスティバルの国際発信力強化に向けた分析と展望

テーマ2 文化芸術フェスティバルのインバウンド拡大に向けた分析と展望

2020年 **2月25日(火)**
13:30-16:00 (開場 13:00)
 ※その後 17:00まで名刺交換会を行います。是非ご参加ください。

ワテラスコモン 3階ホール
 東京都千代田区神田渡路町2丁目101

文化庁シンポジウム

文化庁挨拶

基調講演 (前40分)
アフターコロナのインバウンドの展望と文化芸術フェスティバルの可能性
 矢ヶ崎紀子 (東京女子大学現代学専攻教授)

情報提供 (前30分)
コロナ時代の国内外の文化芸術フェスティバルの国際発信の戦略と状況
 繪江彰禎 (一般社団法人芸術と創造 代表理事)

事例報告 (前70分)
 ① 越後妻有アートトリエンナーレ 2021 大地の芸術祭の準備状況
 樋口正彰 (計研財団産業振興文化政策課長)
 ② ヨコハマトリエンナーレ 2020の取組
 松元公良 (横浜市文化観光局文化プログラム課長)

パネルディスカッション (前40分)
 ・パネリスト: 矢ヶ崎紀子 / 樋口正彰 / 松元公良
 ・モデレーター: 繪江彰禎 ※要予約

【2020年度チラシ】



文化庁シンポジウム

ウィズコロナ・アフターコロナにおける文化芸術フェスティバルの国際発信とインバウンド拡大に向けた展望

映像配信期間 2021年 **2月8日(月) ~ 3月19日(金)**
 ※映像をご覧いただくには、事前申し込みが必要となります。お申し込みが下記のとおりお申し込みください。

申し込み方法
 「<https://forms.gle/8WRwjzawfjm4cMN6>」にアクセスしていただき、必要事項をご記入の上お申し込みください。
 本シンポジウム事務局より視聴のためのURLをご案内いたします。
 ※今後のシンポジウム運営のために視聴後のアンケート回答をご協力ください。

申し込み期間
 2021年 **1月12日(火) ~ 3月17日(木)**
 ※当日のイベントバスケットでのお買回がある方は、1月20日(木)までにお申し込みください。

プログラム (前3時間)

文化庁挨拶

基調講演 (前40分)
アフターコロナのインバウンドの展望と文化芸術フェスティバルの可能性
 矢ヶ崎紀子 (東京女子大学現代学専攻教授)

情報提供 (前30分)
コロナ時代の国内外の文化芸術フェスティバルの国際発信の戦略と状況
 繪江彰禎 (一般社団法人芸術と創造 代表理事)

事例報告 (前70分)
 ① 越後妻有アートトリエンナーレ 2021 大地の芸術祭の準備状況
 樋口正彰 (計研財団産業振興文化政策課長)
 ② ヨコハマトリエンナーレ 2020の取組
 松元公良 (横浜市文化観光局文化プログラム課長)

パネルディスカッション (前40分)
 ・パネリスト: 矢ヶ崎紀子 / 樋口正彰 / 松元公良
 ・モデレーター: 繪江彰禎 ※要予約

主催 文化庁
問い合わせ先 一般社団法人芸術と創造 info@pac.asia

【2021年度チラシ】



文化庁シンポジウム

アフターコロナにおける国際的な文化芸術フェスティバルの進むべき方向性と可能性

映像配信期間 2022年 **2月21日(月) ~ 3月21日(月)**
 ※映像をご覧いただくには、事前申し込みが必要となります。お申し込みが下記のとおりお申し込みください。

要事前申込・無料

申し込み方法
 「<https://forms.gle/d55tMWxcm234Z5jS8>」にアクセスしていただき、必要事項をご記入の上お申し込みください。お申し込みが下記のとおりお申し込みください。
 本シンポジウム事務局より視聴のためのURLをご案内いたします。
 ※今後のシンポジウム運営のために視聴後のアンケート回答をご協力ください。
 ※3000円未満のアカウントではお申し込みできません。
 ※アカウント登録済みのアカウントのみお申し込みいただけます。

申し込み期間
 現在受付中 ~ **3月18日(金)**まで

プログラム (前3時間)

文化庁挨拶

基調講演 (前30分)
「国内外主要フェスティバルの開催状況と「国内主要フェスティバル」に関するアンケート調査結果」
 繪江彰禎 (一般社団法人芸術と創造 代表理事)

基調講演1 (前15分)
コロナ禍における地方芸術祭
 北川フラム (株)アートフロントギャラリー 代表取締役会長 / アートディレクター

基調講演2 (前15分)
国内外のフェスティバルの実施状況
 宮城聡 (原宿区 / SPAC) 特別支援小児芸術センター 芸術総監督

パネルディスカッション (前70分)
 ・パネリスト: 北川フラム / 宮城聡
 ・モデレーター: 繪江彰禎 ※要予約

主催 文化庁
問い合わせ先 一般社団法人芸術と創造 info@pac.asia

1 本事業の概要

2 国際文化芸術発信拠点形成事業の成果検証

2-1 採択団体・有識者ヒアリング結果

2-2 国内主要フェスティバルに関するアンケート調査結果

2-3 各種調査結果を元にした主な成果と課題の整理

3 世界の国際芸術祭に係る調査・分析

3-1 近年注目度を高める国際芸術祭

3-2 主要な国際芸術祭のモニタリング指標・KPI

3-3 コロナ禍における国際芸術祭の開催状況

4 シンポジウムの企画・運営

4-1 シンポジウムの企画・運営内容

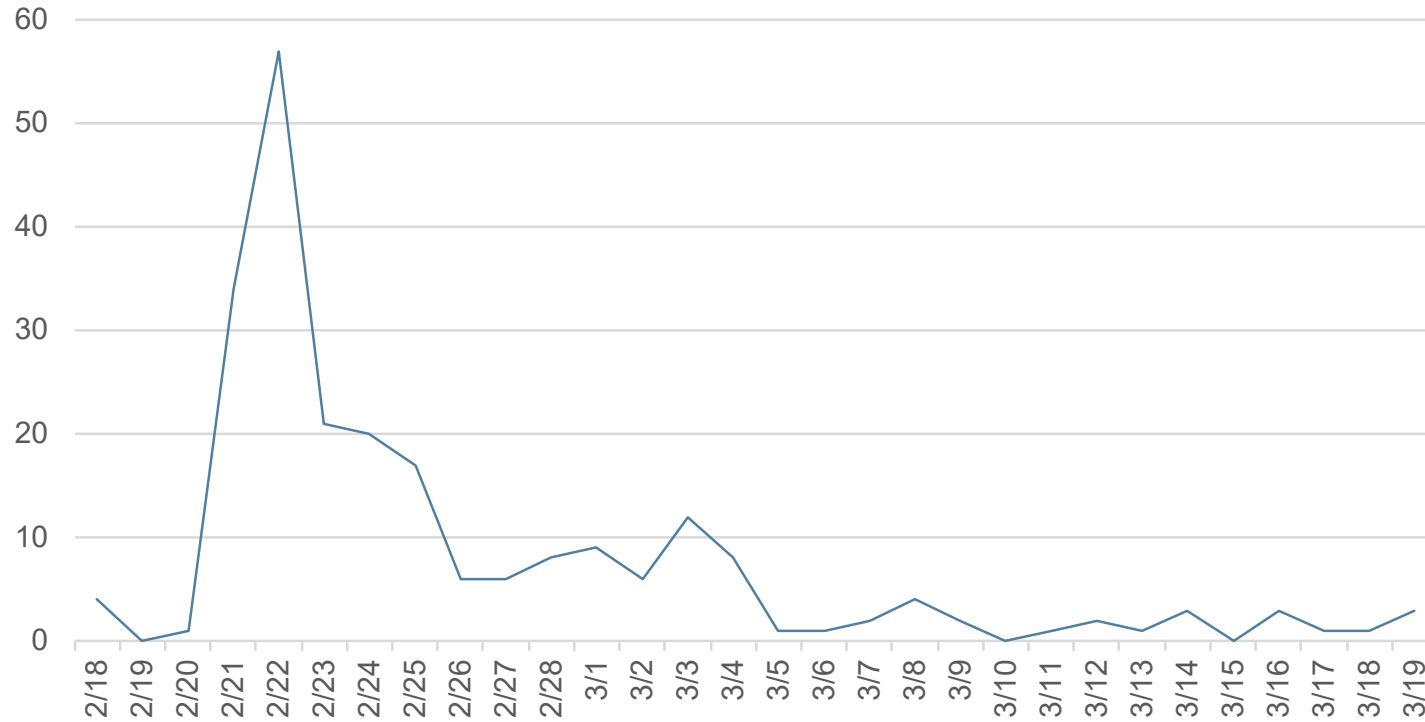
4-2 シンポジウムの反応

申込状況

■ 今年度シンポジウム申込者数：234名（申込件数：195件 ※1件の申込にて複数名の申込が可能）

- 2019年度シンポジウム申込者数：68名
- 2020年度シンポジウム申込者数：175名

【申込者数の推移】

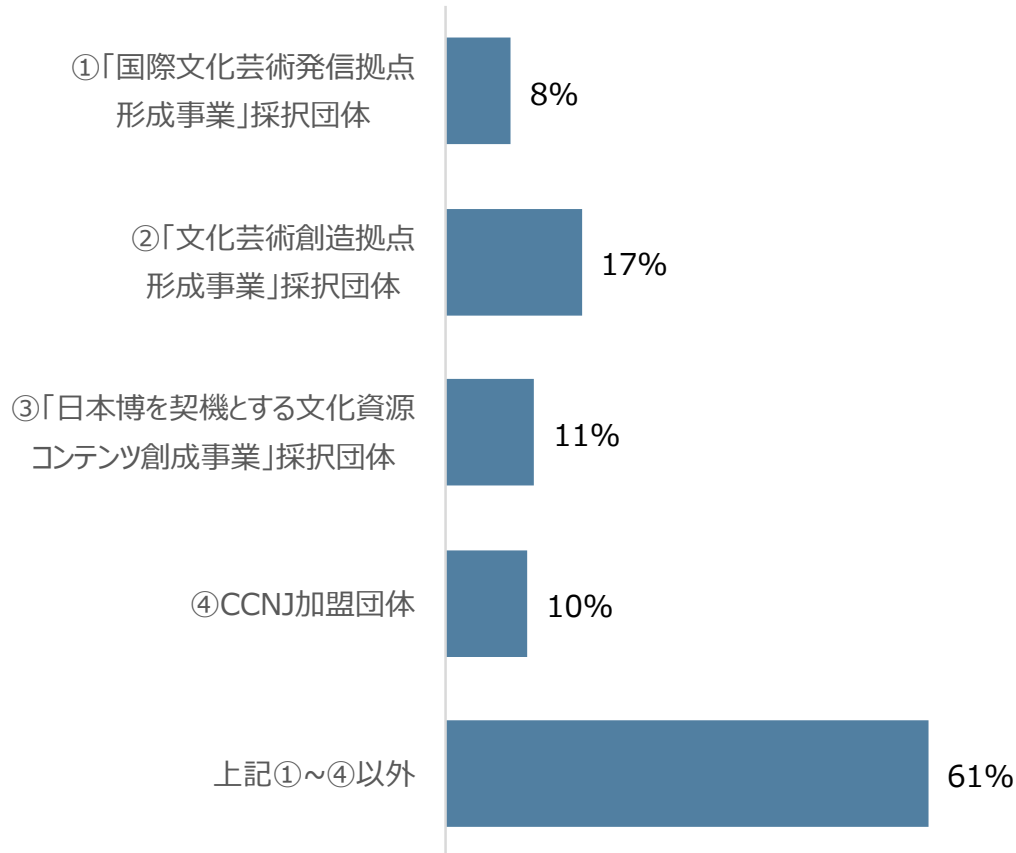


出所) (一社) 芸術と創造作成

申込時アンケート：参加者属性

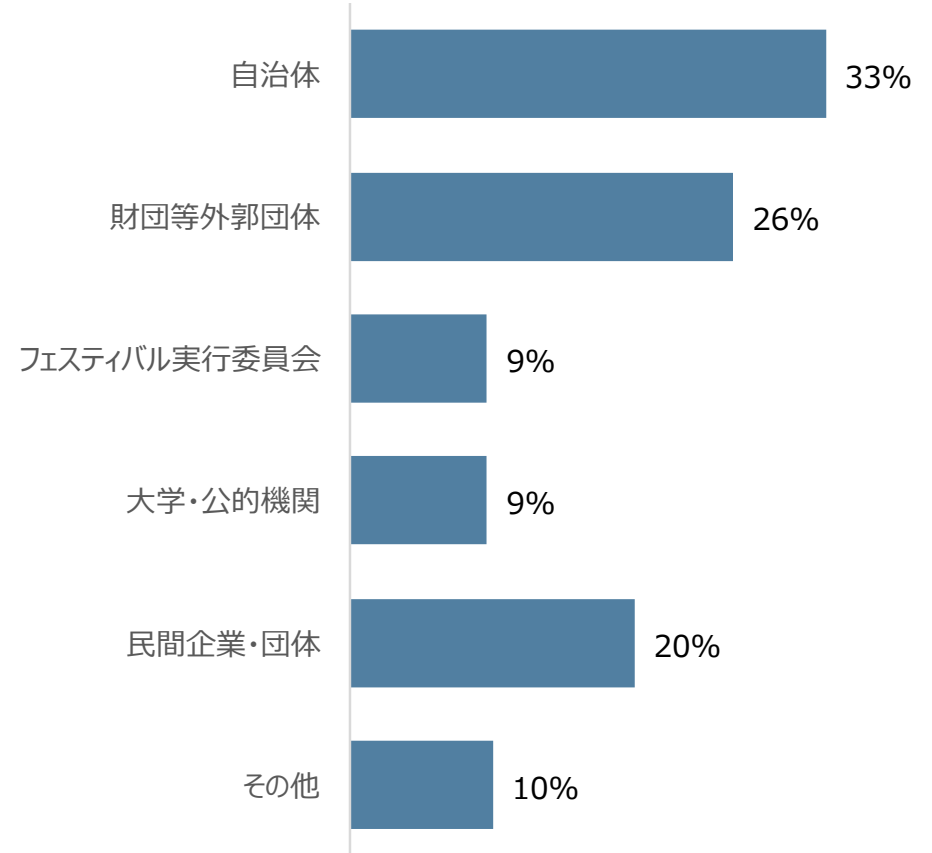
【関連する文化庁事業】

(234名の回答)



【所属団体】

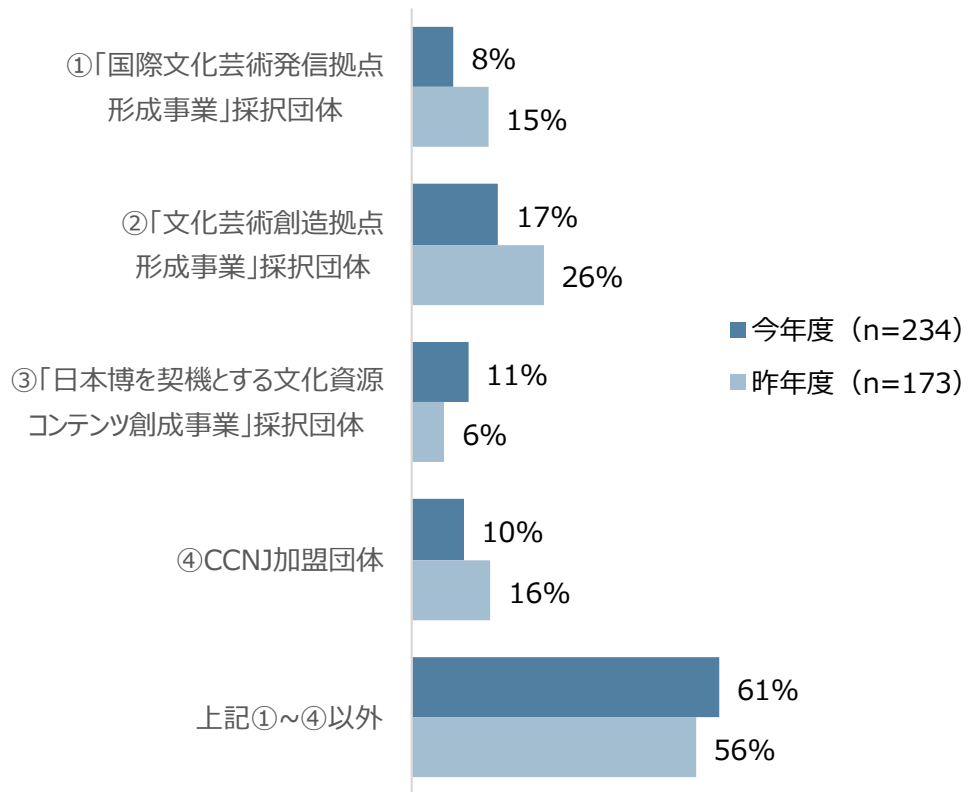
(234名の回答)



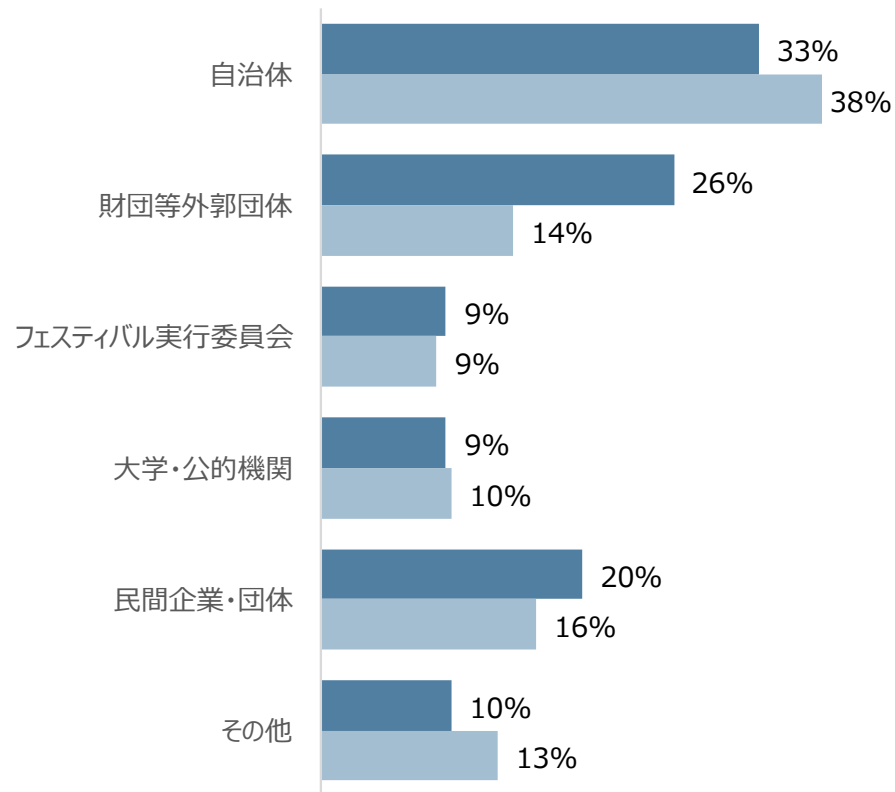
※1申込にて複数名の申込が可能のため195件の回答を人数ベース（234名）に換算して集計

申込時アンケート：参加者属性 参考) 昨年度の結果との比較

【関連する文化庁事業】

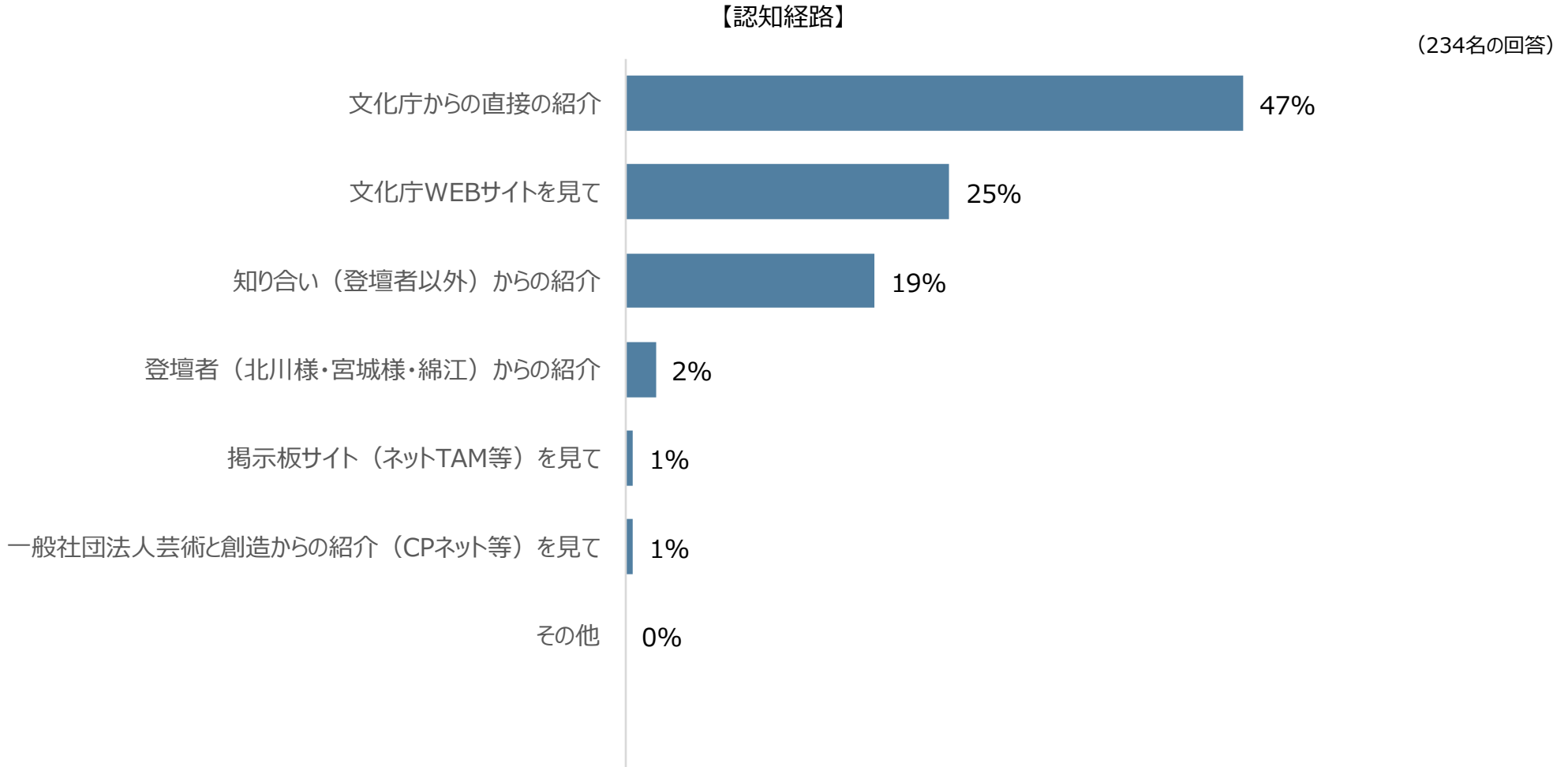


【所属団体】



※1申込にて複数名の申込が可能のため144件の回答を人数ベース（173名）に換算して集計

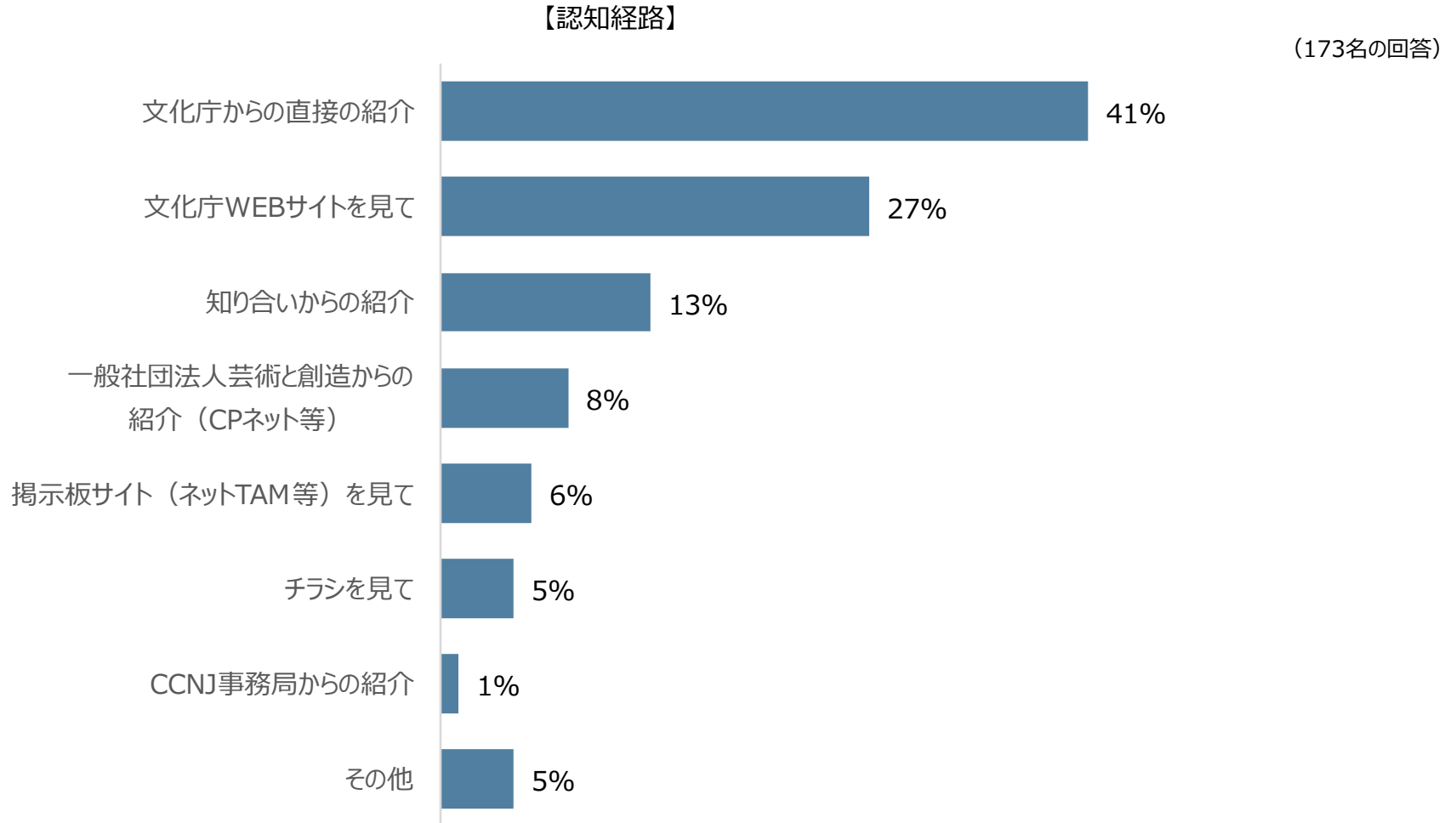
申込時アンケート：認知経路（全回答）



※1申込にて複数名の申込が可能のため195件の回答を人数ベース（234名）に換算して集計

申込時アンケート：認知経路（全回答）

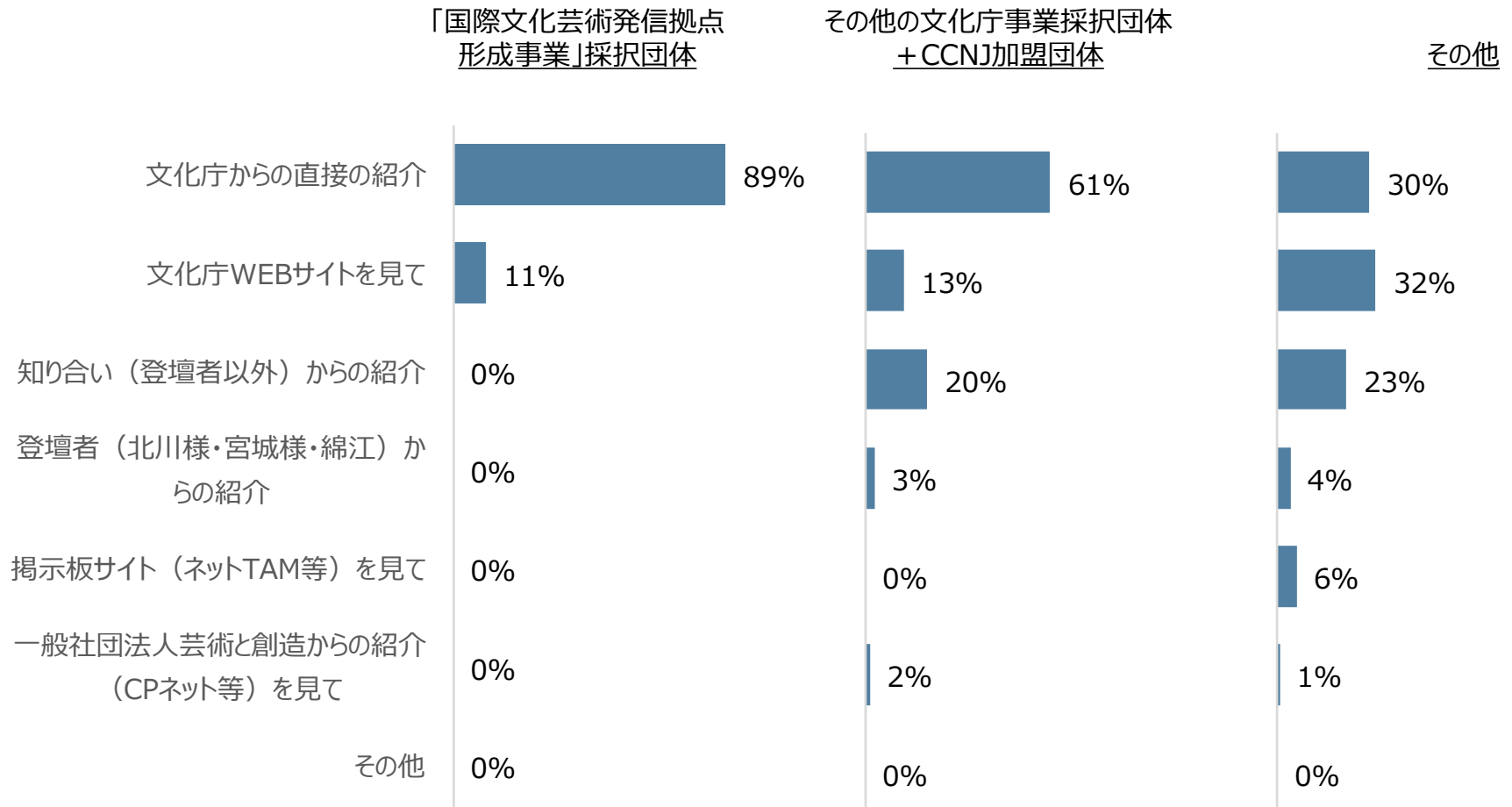
参考）昨年度の結果



※1申込にて複数名の申込が可能のため144件の回答を人数ベース（173名）に換算して集計

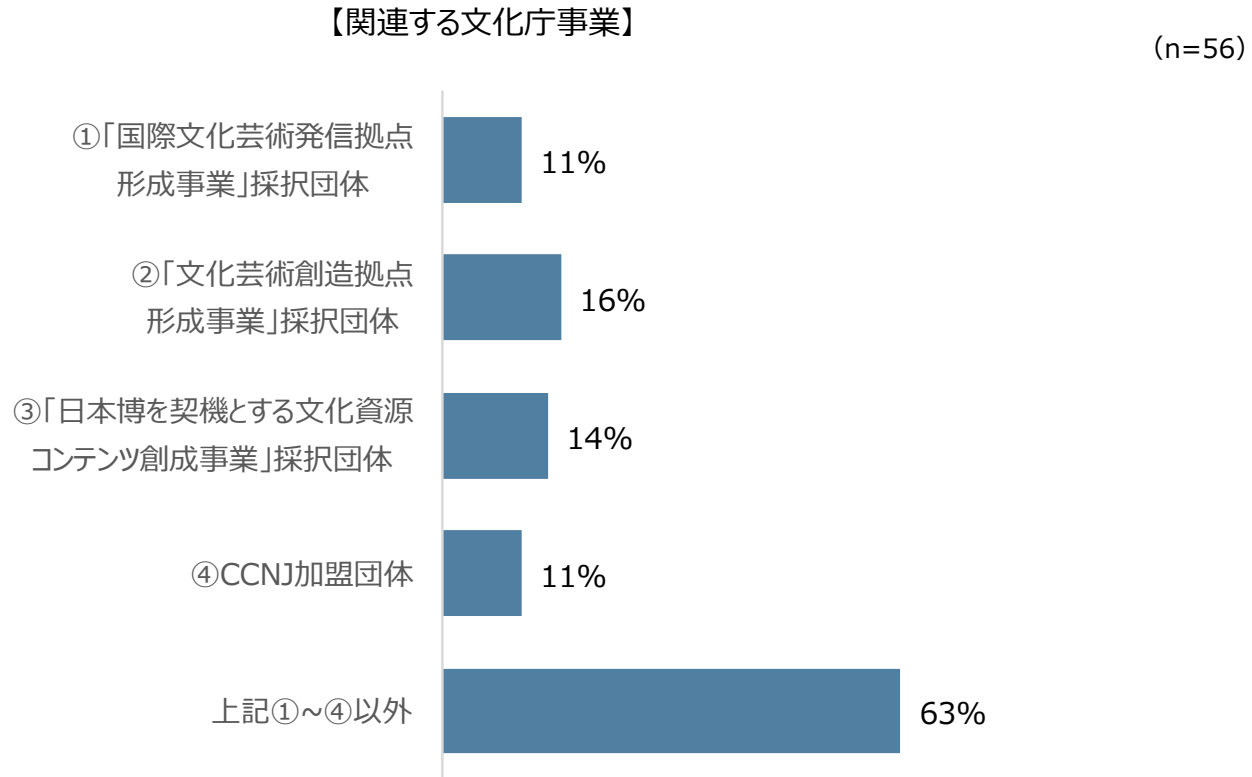
申込時アンケート：認知経路（関連する文化庁事業別）

【認知経路】



参加後アンケート

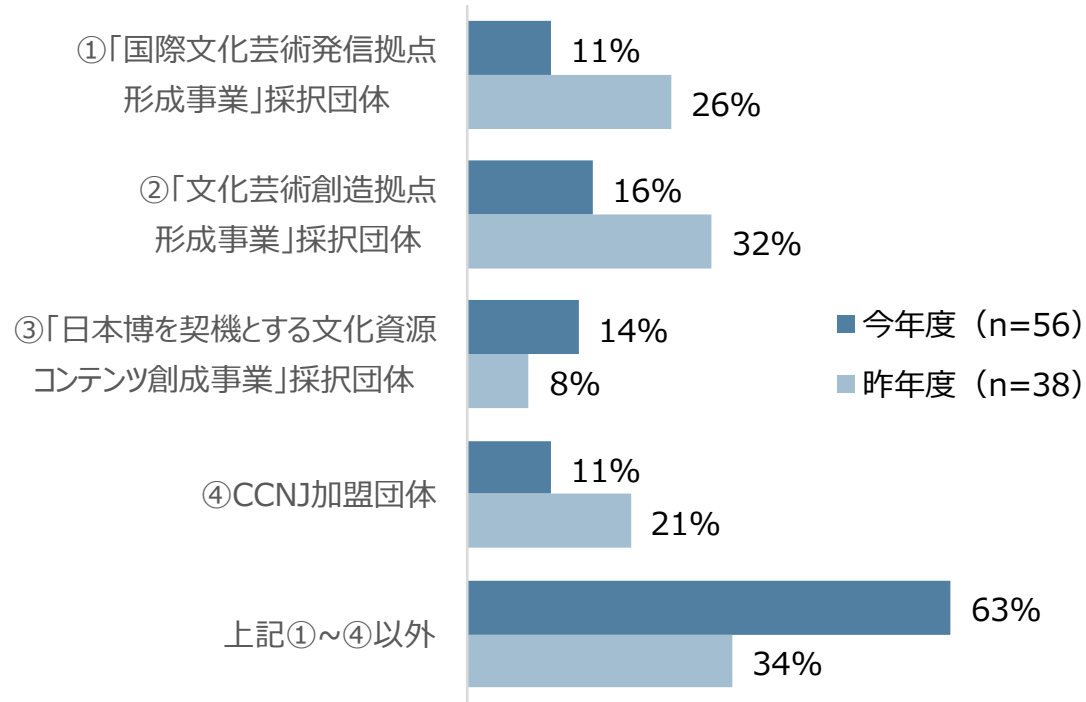
- 今年度シンポジウム回答数：56件（回答率：24%）※オンライン開催
 - 2020年度シンポジウム回答数：38件（回答率：22%）※オンライン開催
 - 2019年度シンポジウム回答数：45件（回答率：66%）※リアル開催



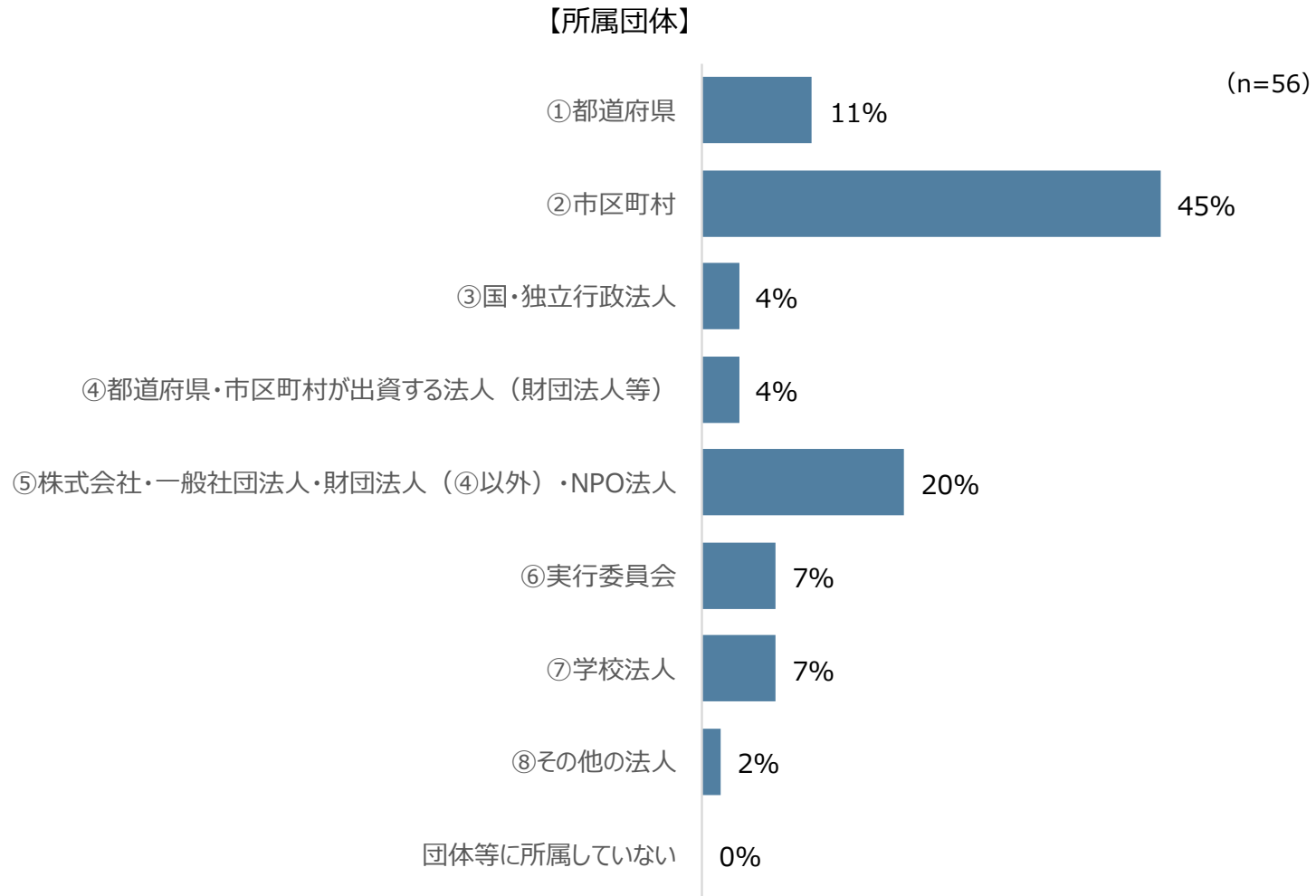
参加後アンケート

参考) 昨年度結果との比較

【関連する文化庁事業】



参加後アンケート：回答者属性

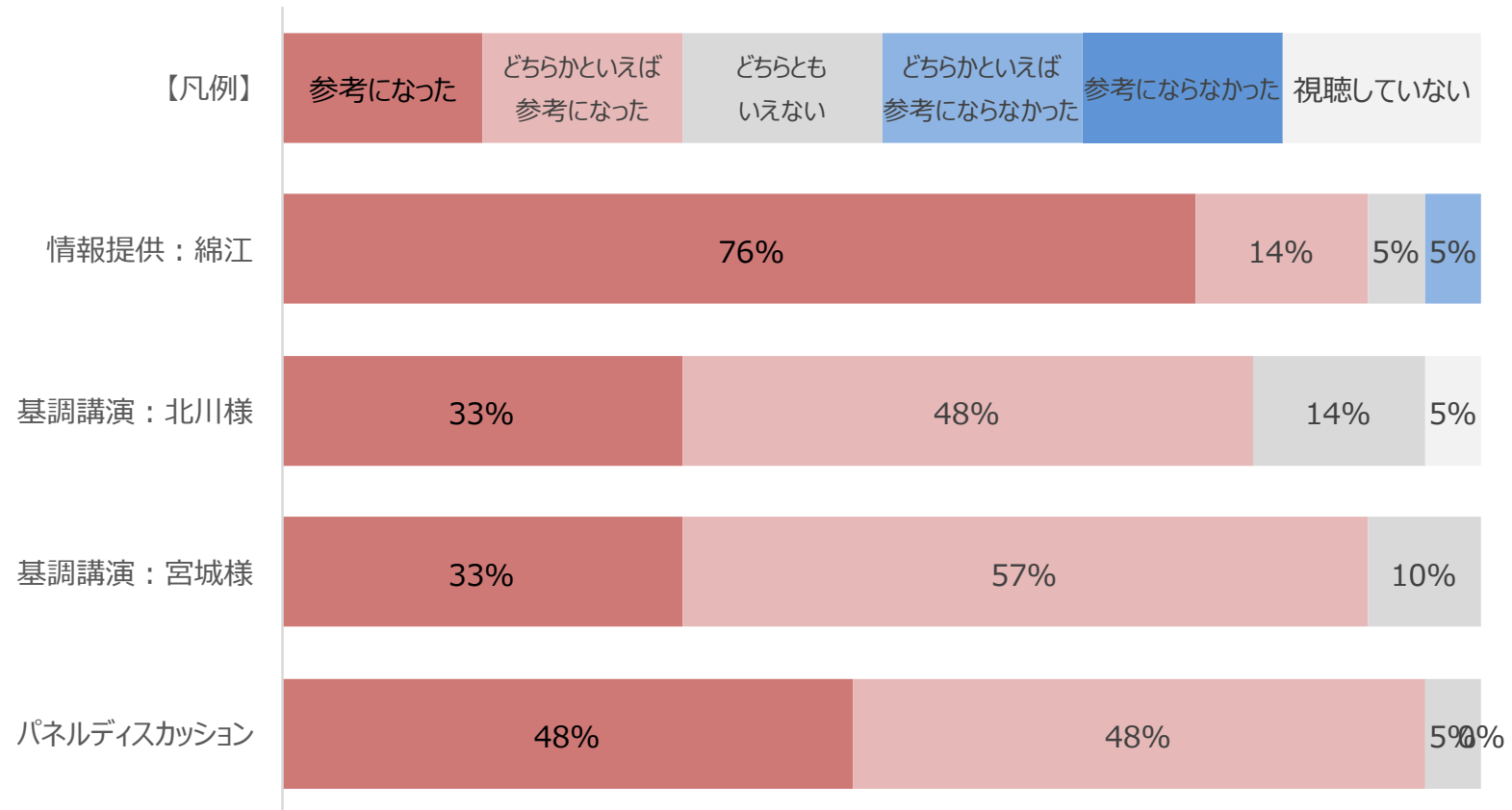


参加後アンケート（セクション別感想）：文化庁関連事業採択団体

➡採択団体は一般の参加者（次頁参照）とニーズが異なる。より具体的な打ち手につながる情報を欲している。

【セクション別感想】

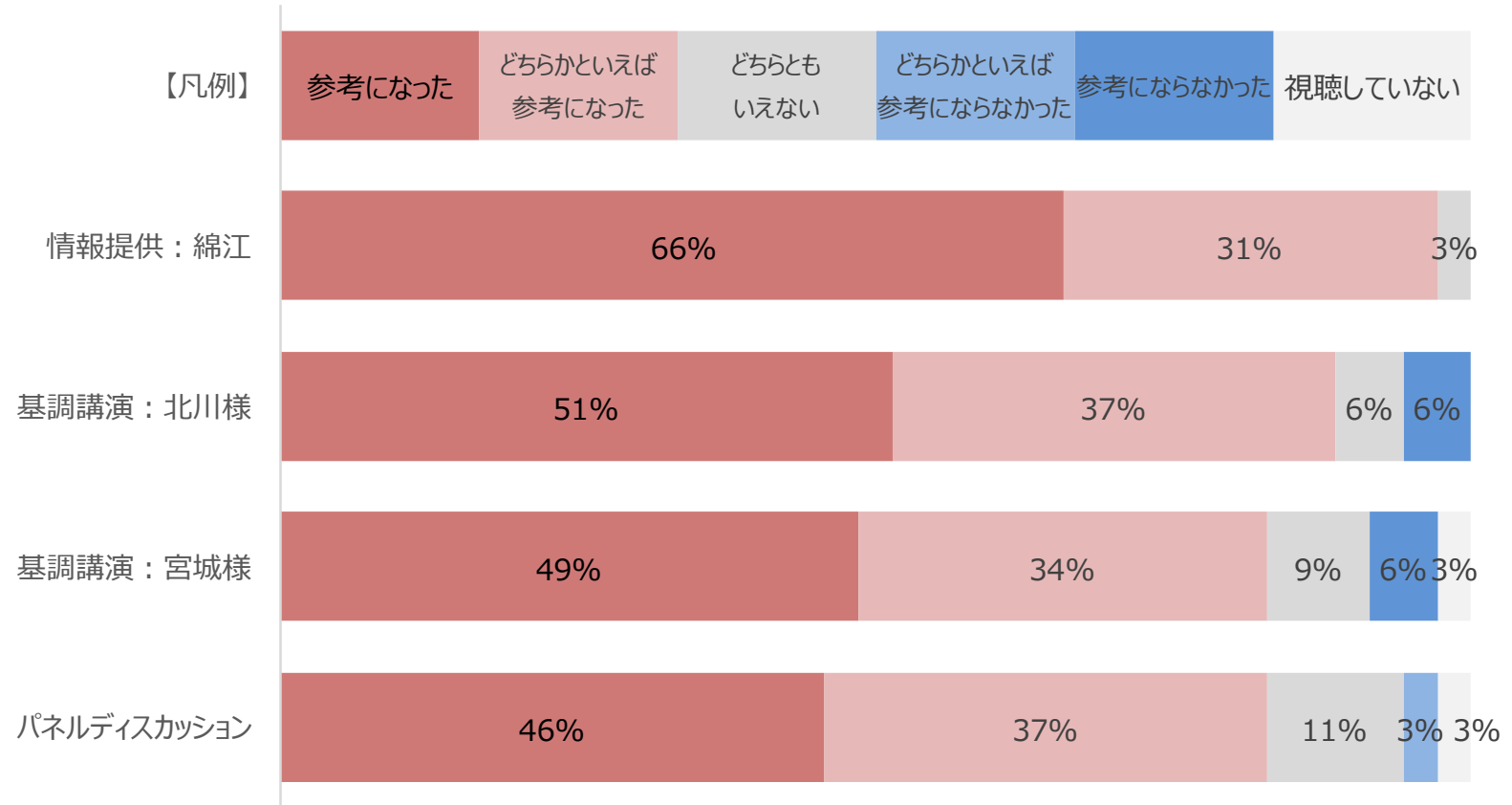
(n=21)



参加後アンケート（セッション別感想）：その他（一般等）

【セッション別感想】

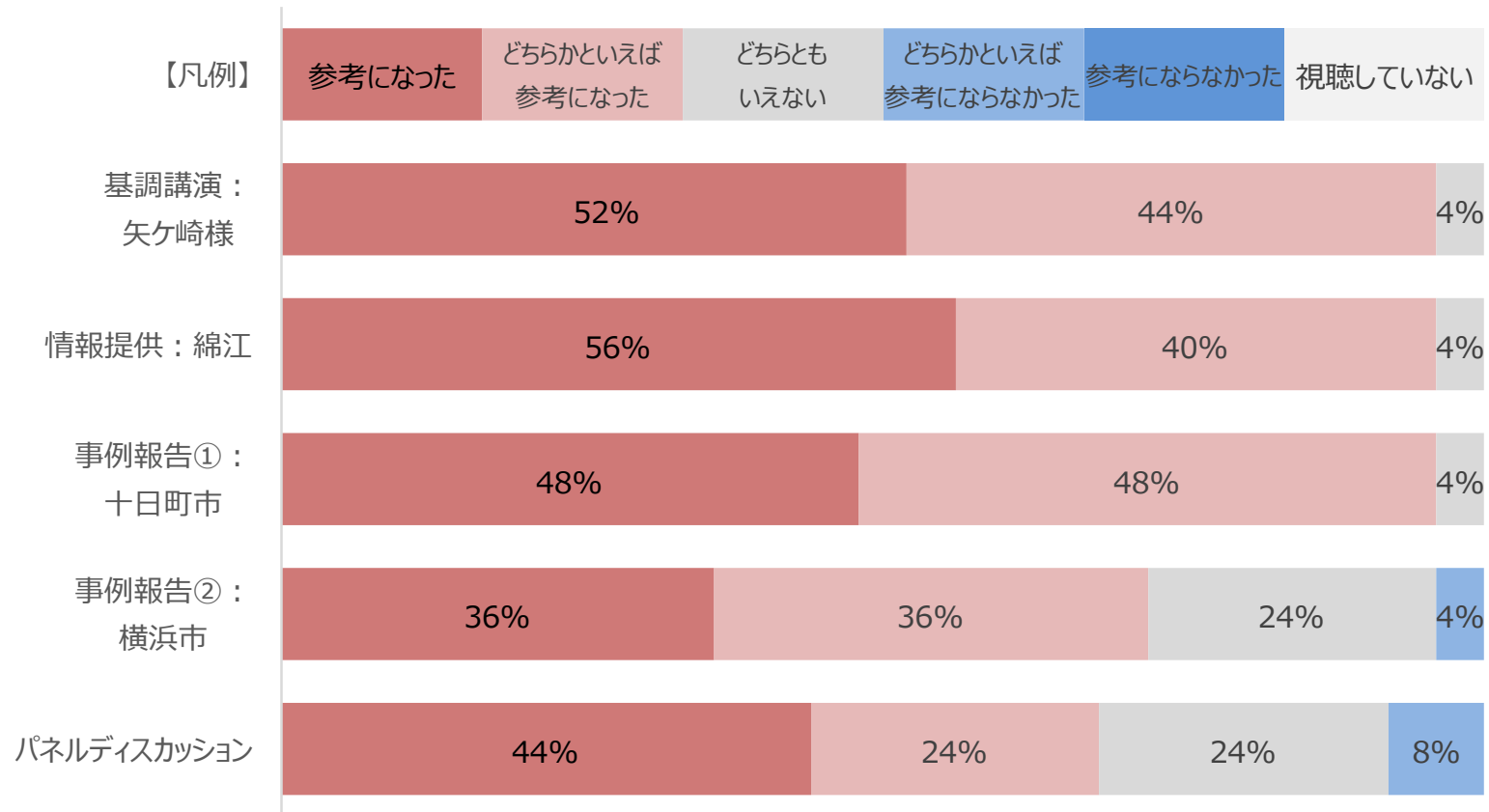
(n=35)



参加後アンケート（セクション別感想）：文化庁関連事業採択団体 参考）昨年度の結果

【セクション別感想】

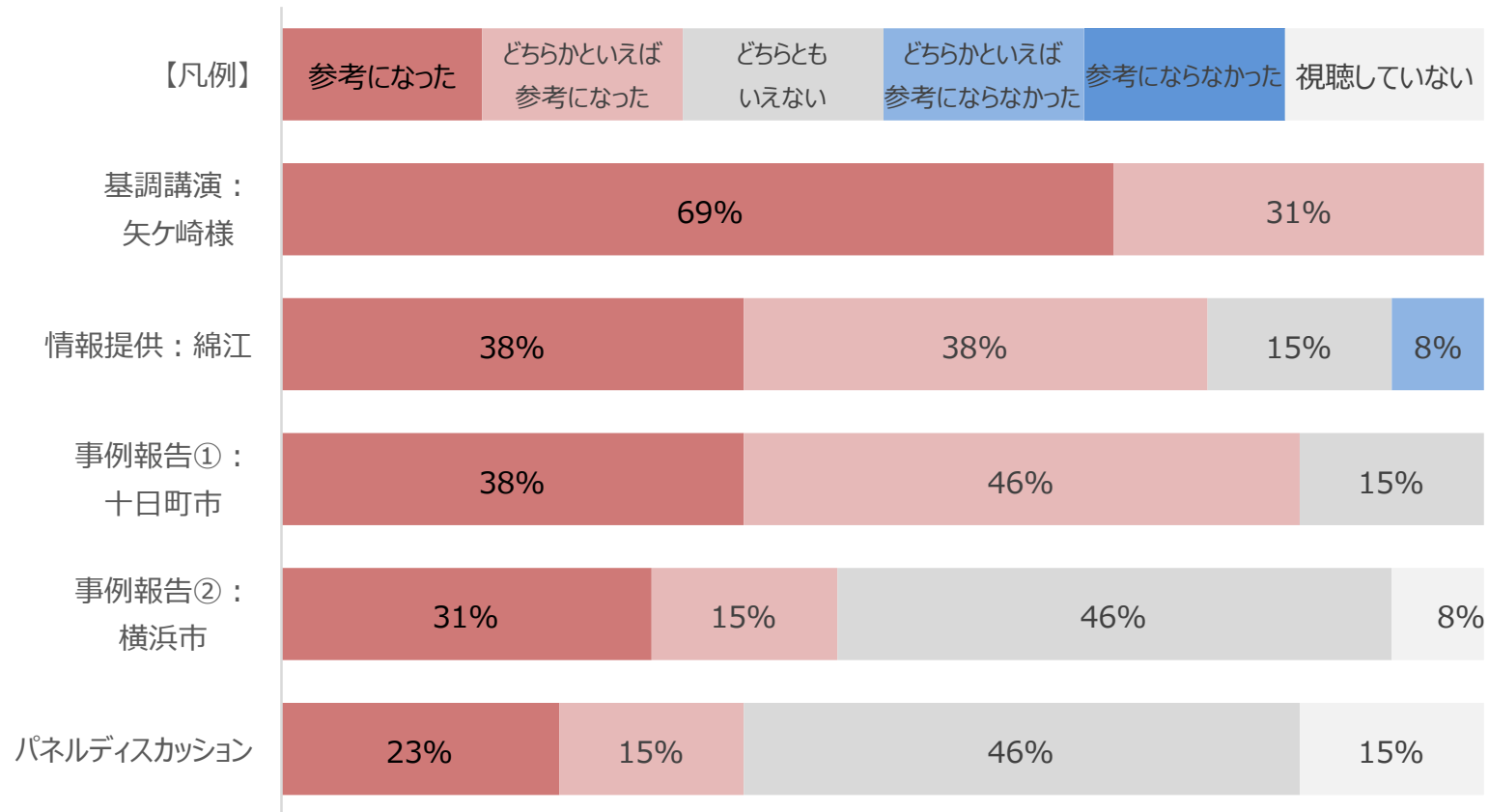
(n=25)



参加後アンケート（セクション別感想）：その他（一般等） 参考）昨年度の結果

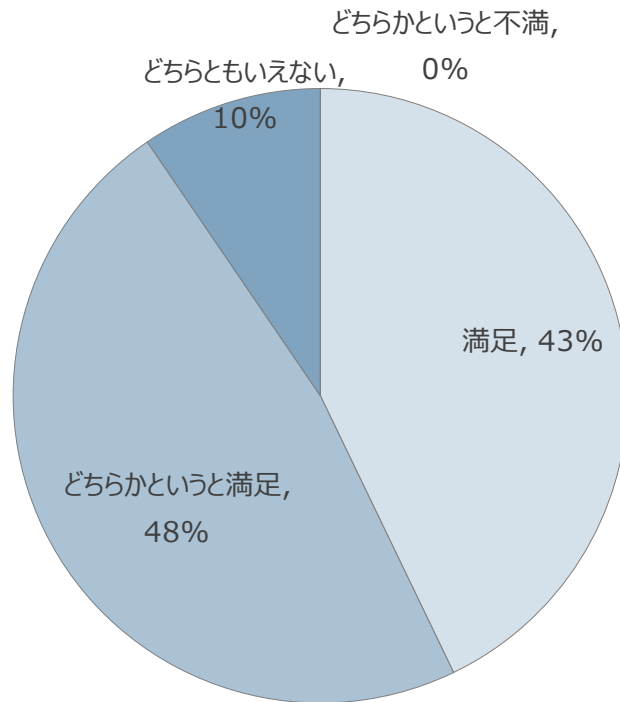
【セクション別感想】

(n=13)

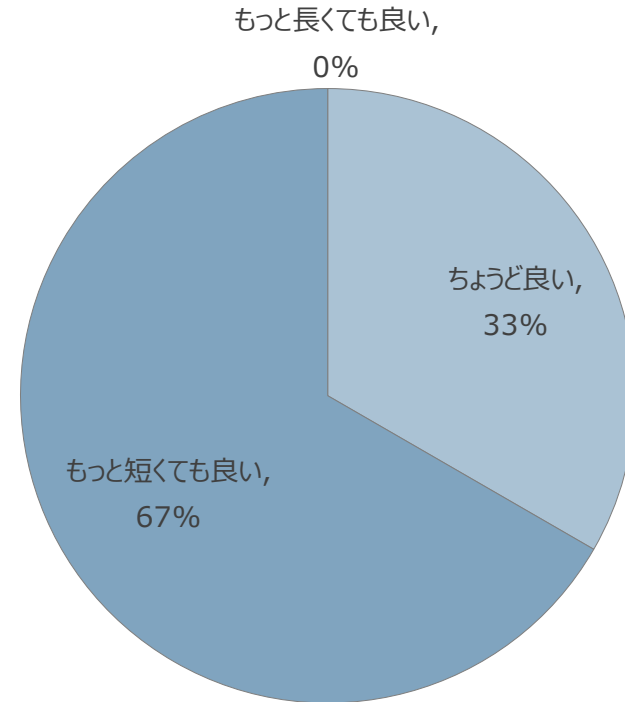


参加後アンケート（総合満足度・シンポジウムの時間について）：文化庁関連事業採択団体
➡採択団体は業務時間中に視聴していると推測され、よりコンパクトな時間の開催を求めている。

【総合満足度】



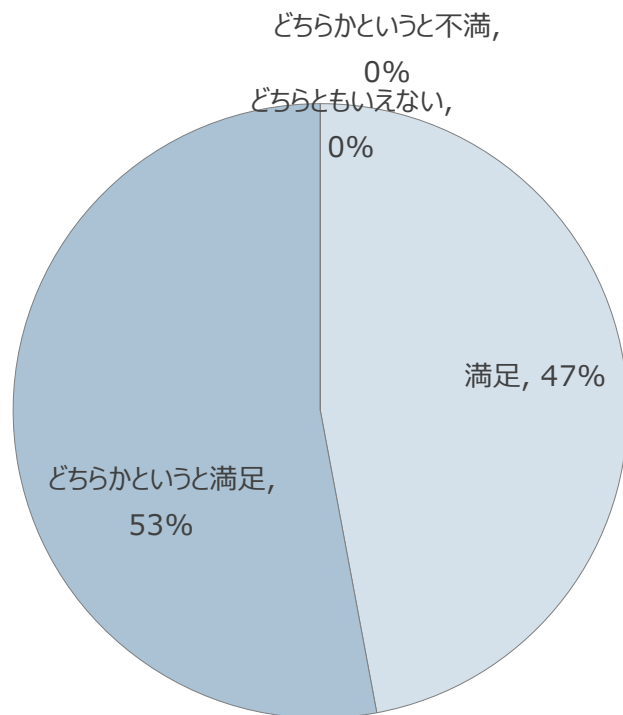
【シンポジウムの時間について】



(n=21)

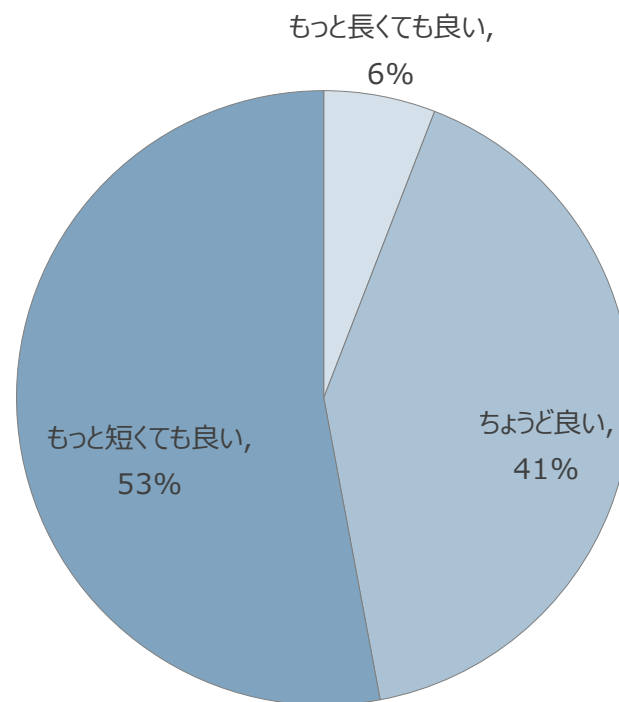
参加後アンケート（総合満足度・シンポジウムの時間について）：その他（一般等）

【総合満足度】



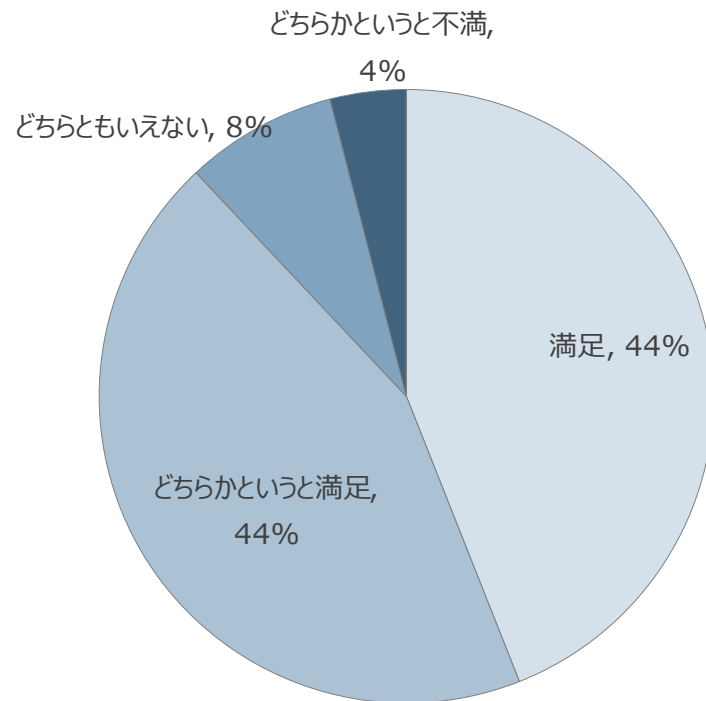
【シンポジウムの時間について】

(n=35)



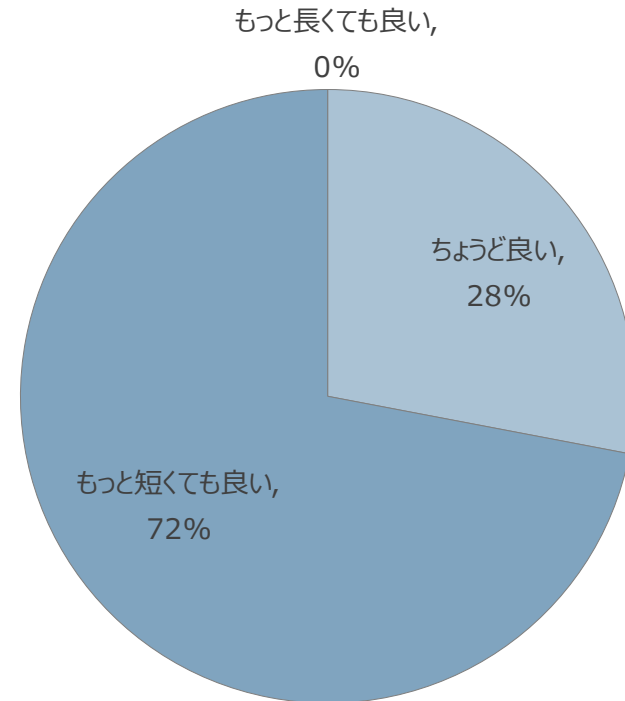
参加後アンケート（総合満足度・シンポジウムの時間について）：文化庁関連事業採択団体 参考）昨年度の結果

【総合満足度】



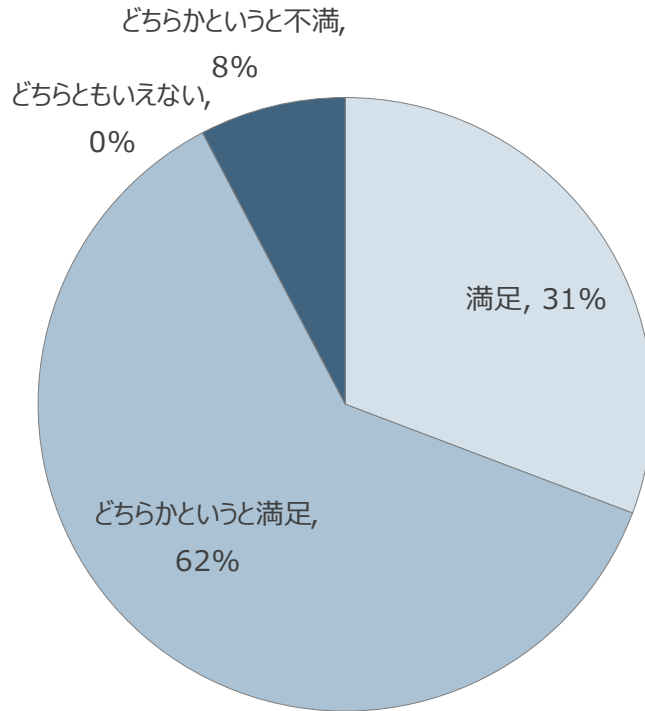
【シンポジウムの時間について】

(n=25)



参加後アンケート（総合満足度・シンポジウムの時間について）：その他（一般等） 参考）昨年度の結果

【総合満足度】



【シンポジウムの時間について】

(n=13)

