

**神戸開港150年記念  
港都KOBEB芸術祭  
開催結果に対する  
意見・評価報告書**

**2018年3月  
神戸市**

# 目 次

I. はじめに .....	1
II. 神戸開港150年記念「港都KOBÉ芸術祭」の開催結果.....	2
III. 意見・評価のまとめ .....	3
1. 目 的.....	3
2. 検証方法.....	3
3. 意見・評価のまとめ.....	3
(1)「港都KOBÉ芸術祭」の基本方針・テーマ .....	3
(2)作家の選定と作品の質・内容 .....	4
(3)会場展開や開催方法、設営・運営.....	5
(4)効果的な広報のあり方.....	9
(5)市民参画の進め方.....	15
(6)今後の芸術祭のあり方 .....	16
IV. 資 料.....	19
1. 「港都KOBÉ芸術祭」来場者アンケート集計結果.....	19
2. 「神戸市ネットモニター」アンケート集計結果.....	23

# I. はじめに

## 1. 検証の目的

神戸開港150年を記念して開催された「港都KOBE芸術祭」について、その内容等の検証を行い、今後の神戸市(以下「市」という。)の芸術文化施策の参考とするために実施した。

## 2. 検証の体制・方法

本検証については、公益財団法人神戸都市問題研究所に委託し、調査研究を行う体制として、研究所内に学識者、市職員を構成員とする「港都KOBE芸術祭の検証評価に関する研究会」(以下「研究会」という。)を設置した。

「港都KOBE芸術祭」の来場者アンケート、「神戸アートクルー(ボランティア)」(以下「神戸アートクルー」という。)からのアンケートや市が行っているネットモニターアンケートの結果を参考としながら、併せて学識経験者や「港都KOBE芸術祭」の企画・運営に携わった関係者にヒアリングを行い、その内容をまとめた。

## II. 神戸開港150年記念「港都KOBE芸術祭」の開催結果

1. 開催テーマ 「時を刻み、豊かな広がりへ」
2. 会 期 平成29年9月16日(土曜)～10月15日(日曜)(30日間)  
※ただし、台風18号の影響により、9月17日(日曜)は開催を中止。
3. 会 場 神戸港、神戸空港島
4. 入 場 料 無料。ただし、アート鑑賞船は有料。(大人1,200円 ほか)
5. 来場者数 約11万3千人(目標来場者数 15万人)  
※アート鑑賞船の乗船者数は約1万5千人

### 6. 内 容

#### (1)“神戸港”という魅力資源を活かした会場展開

係船杭や突堤など、港を象徴する港湾施設等にアート作品を展示。会期中特別に運航した専用のアート鑑賞船から、神戸のまち並みや六甲の山並みを背景にアート鑑賞を楽しんでいただいた。

<作品設置場所>

アート鑑賞船船内、神戸ハーバーランド高浜岸壁、ポートアイランド北公園、係船杭、新港第1・第2突堤、メリケンパーク、神戸ポートターミナルホール、神戸空港駅 など13ヶ所

#### (2)開港以来150年の歴史と文化を踏まえたアート作品の展示

市内の美術館・博物館の学芸員からなる「作家選定委員会」において、関西在住の作家をはじめ国内外で活躍されている作家から若手作家まで、幅広く選定。開港以来150年の歴史と文化を踏まえたアート作品(22作品)を制作・展示。

<国内出展作家(16組)>

井上廣子+井上凱彦建築計画事務所、植松琢磨、NPO DANCE BOX、小曾根環、川村麻純、小清水漸、古巻和芳、新宮晋、椿昇、ドットアーキテクト、西野康造、西村正徳、林勇氣、藤本由紀夫、やなぎみわ、山村幸則(50音順)

<海外出展作家(3組)>

【韓国・光州ビエンナーレ】崔 栽榮 【中国・天津】張 鋤、于 向溟

<作品分野>

野外造形、インスタレーション、パフォーマンス、コンテンポラリーダンス等

#### (3)多様な市民参画の推進

「港都KOBE芸術祭」をともに盛り上げ、創り上げる市民チーム「神戸アートクルー」を結成し、メンバーの自主的な発案により、会期前より広報活動やPRイベント、出展作家の制作補助などを行っていただいた。このほか、子ども連れの来場者でもアート鑑賞を楽しめるツアーや、障がい者支援を行うNPO法人ウィズアスの協力を得て、障がいのある方・高齢の方にも安心して鑑賞していただけるような取組みを行っていただいた。

・登録者数 134名 ・活動回数 114回 ・活動延人数 806名

7. 事業費 約1億円
8. 助 成 平成29年度 文化庁 文化芸術創造活用プラットフォーム形成事業  
損保ジャパン日本興亜「SOMPO アート・ファンド」(企業メセナ協議会 2021 Arts Fund)
9. 主 催 港都KOBE芸術祭実行委員会、神戸市

### Ⅲ. 意見・評価のまとめ

#### 1. 目的

「港都KOBEB芸術祭」の開催結果を調査・分析することにより、今後の市の芸術文化施策の参考とする。

#### 2. 検証方法

来場者アンケートのほか、市で行っているネットモニターに登録している市民にアンケートを用いて感想をお伺いするとともに、「神戸アートクルー」からも自由に感想を伺った。また、開催結果について、以下の学識経験者や「港都KOBEB芸術祭」の企画・運営に携わった関係者に対して、主として以下の項目についてヒアリングを行った。

##### (1) ヒアリングでご意見を伺った方

① 谷口 文保氏 神戸芸術工科大学 准教授

② 中川 幾郎氏 帝塚山大学 名誉教授

③ 毛 丹青氏 神戸国際大学 教授

(以上、学識経験者)

④ 越智 裕二郎氏 (公財)西宮市大谷記念美術館 館長／「港都KOBEB芸術祭」作家選定委員会リーダー

⑤ 服部 孝司氏 (公財)神戸市民文化振興財団 理事長／「港都KOBEB芸術祭」実行委員会委員

(以上、「港都KOBEB芸術祭」関係者)

##### (2) 主なヒアリング項目

① 「港都KOBEB芸術祭」の基本方針・テーマ

② 作家の選定と作品の質・内容

③ 会場展開や実施体制、設営・運営

④ 効果的な広報のあり方

⑤ 市民参画の進め方

⑥ 今後の“芸術祭”のあり方

#### 3. 意見・評価のまとめ

##### (1) 「港都KOBEB芸術祭」の基本方針・テーマ

###### < 取り組み内容 >

「港都KOBEB芸術祭」の基本方針として、「アートを活かしたまちづくり(文化創生都市の実現)」を掲げ、神戸開港150年を記念し、アートを通じて“神戸港”という資源に魅力を感じていただくとともに、再発見・再認識していただく機会をつくり、その魅力の発信と賑わいを創出することを目指して実施した。

開催テーマは「時を刻み、豊かな広がりへ」とし、神戸のまちが、神戸開港以来、開放的な文化と歴史を有する文化とが交じりあう独特の地域であり、その歴史を踏まえつつ、国際性豊かなこの地で、さらなる未来へ翔けるアートを発信していくことをテーマに掲げた。

神戸の最大の地域特性である“神戸港”を生かした、神戸らしい芸術祭となることを目指し、鑑賞無料として、気軽にアートに触れていただく機会を提供しながら、市民をはじめとする来場者に“神戸港”の魅力を感じていただけるよう取り組んだ。

## <意見・評価>

- ・開催テーマについては、「神戸開港150年」というコンセプトが明快であり、難しい説明をする必要がなかった。神戸開港150年の歴史を振り返りつつ、これからの夢を描いていこうというメッセージが分かりやすかった。
- ・一方で、150年の歴史の中には正負の面があり、作家がこれに向き合い、俯瞰しながら、未来に向けて問題提起をする、そして、鑑賞者がそれによってあらためて社会的な課題を感じられるような作品があってもよかった。
- ・神戸港の文脈をどう消化し作品づくりに繋げていくかということだったが、十分に消化するには準備時間が短く、作家自身の実力によってようやく間に合ったという感がある。
- ・神戸のような大都市では、都市ブランドを発信していくために芸術祭を産業政策として行うべきであり、そこに開催する意義がある。
- ・天候の影響もあり目標来場者数15万人には届かなかったものの、約11万3千人という多くの方に来場いただき、結果として、神戸港の魅力の再発見・再認識の機会の創出ができたと思われる。

## <来場者アンケート・自由意見の抜粋>

- ・アートを船から楽しめるのは神戸らしい取り組みだ。
- ・作品の素晴らしさだけでなく、神戸港の魅力にも気づかされる良い機会となった。

## (2)作家の選定と作品の質・内容

### <取り組み内容>

「港都KOBE芸術祭」では、越智裕二郎氏((公財)西宮市大谷記念美術館館長)をはじめ、市内の官民の美術館・博物館の学芸員から成る「作家選定委員会」において、関西在住の作家をはじめ国内外で活躍する作家から若手作家まで、合議によって幅広く作家を選定した。国内出展作家16組には、開港以来150年の歴史と文化を踏まえた、サイトスペシフィックな作品(19作品)を制作・展示していただいた。

作品については、単に鑑賞するだけでなく、市民とともに時間をかけて作っていく作品や来場者も参画できる作品、コンテンポラリーダンスやパフォーマンスなど、多種多様な作品展開を目指した。

また、神戸開港150年記念にふさわしい国際色豊かな芸術祭となるよう、2015年まで開催していた「神戸ビエンナーレ」が残した国際交流の成果を継承し、韓国・光州ビエンナーレ及び市の友好都市である中国・天津市からアーティスト3組を招請した。

## <意見・評価>

- ・準備期間が短かったにもかかわらず、実力のあるプロの出展作家がそろい、作家が開催テーマを理解し、作品に反映していただくことができたこともあり、質・完成度は高かった。開港150年の趣旨に基づいた作品に対しては、マスコミや美術評論家からも、個々の作品の力を評価する声をいただくとともに、多くの来場者からも幅広く共感を得ることができた。
- ・神戸港の歴史と関連づけながら、空間と時間軸を見せる作品が多かったのは評価できる。
- ・作家選定委員に力があり、ベテランの安定性と若手の斬新さがほどよくミックスされ、バランスがとれていた。
- ・特にアート鑑賞船上でのNPO DANCE BOXにより披露されたコンテンポラリーダンスは、来場者との一体感をもたらした。

- ・係船杭上に作品を設置・展示するなど、「神戸ビエンナーレ」で培った経験やノウハウが活かされていて良かった。
  - ・拡張現実(Augmented Reality、AR)の技術を活用した作品(張 鋡、于 向溟)もあったが、全体的には野外彫刻が多く、ITのような最新の技術を活用するような取り組みがもっとあっても良かった。
  - ・野外彫刻が多かったが、神戸港のスケールが大きく、相対的に作品の存在感が小さく見えた。
  - ・無難な作品が多く、ドキドキワクワクを感じる事が少なかった。訳が分からないもの、変わったことをやっているなどといったサプライズ感があっても良かった。
  - ・来場者からは、より若手の作家を起用すべきだという意見や、作品の意図が分からないという感想もあり、現代アートを身近なものとして感じていただけるような取り組みも今後の課題である。
- 
- ・作家選定はテーマ設定と密接にリンクする。作家の選定方法として、コンペティションがあるが、コンペティションでは、選ばれた作家が作品を設置する地域で準備する期間が短いので、作家による地域の文脈・歴史の理解が進むことが難しく、質が保証されないのではないかと問題がある。また、世界中のコンペティションに作家がアクセスし、エントリーしやすくなってきたという状況の変化もある。若手の登竜門としての意義はあると思われるので、予算や体制が十分にあればコンペティションを採用してもよいと考える。
  - ・主軸はあくまでもテーマに沿ったしかるべき作家を選定した上で、一部コンペティションを併用するという方法については、今後検討の余地がある。
  - ・作品設置場所選定のために、出展作家が合同で神戸港の会場を事前に船から視察したことにより、作家同士の横のつながりができ、連帯意識が生まれたことは、他の芸術祭ではあまり見られないことだった。

### ＜来場者アンケート・自由意見の抜粋＞

- ・レベルの高い作家が集まっており、とても良かった。
- ・新作でなくても作品展示場所が作品とマッチしており、作家のレベルの高さがうかがえた。
- ・作品の意図が分からない。
- ・もっと若手の作家を呼ぶべきだ。

## (3) 会場展開や開催方法、設営・運営

### ① 会場展開

#### ＜取り組み内容＞

#### ■ 来場者によるまちの回遊性を高めるための取り組み

突堤などの港湾施設のほかに、ポートライナー沿線の神戸港・神戸空港島のターミナル施設など、広域にわたってアート作品を展示したため、来場者が鑑賞しやすいよう、アート鑑賞船乗船券とポートライナーの1日乗車券がセットになった企画乗車券を神戸新交通株式会社において販売していただいた。

各作品間の動線が悪く、徒歩での移動が想定されたため、モデルコースを設定し、パンフレットや公式ホームページで紹介するとともに、会場周辺には、案内誘導サインとして、横断幕、大型看板、小型矢印看板、バナーなどを多数設置した。特にアート鑑賞船の発着場である中突堤中央ターミナル「かもめりあ」の最寄駅となる市営地下鉄海岸線「みなと元町駅」から「かもめりあ」まで、「かもめりあ」から新港第1突堤まで、神戸ポートオアシスからポートターミナルホールまで、ポートターミナルホールからポートアイランド北公園まで、ポ

ートライナー「神戸空港駅」から海上アクセスターミナルまでの動線上には重点的に案内誘導サインを設置した。

また、作品の展示場所を巡っていただくために紙スタンプラリーと、作品鑑賞とともに開港150年にちなんだスポットも巡りながらまち歩きを楽しんでいただけるようなモバイルスタンプラリーを実施した。

このほか、「神戸アートクルー」によるまち歩きイベント「港都KOBÉ芸術祭×まちあるき」(土日祝日のみ)を実施したほか、地域・まちなかとの連携にも取り組んだ。元町ミュージックウィークと連携したほか(チャリティ募金に参加していただいた来場者に対する元町商店街の協賛店でさまざまなサービスが受けられる)、特に若い女性に人気のある乙仲通りの魅力発信に取り組んでいる乙仲通境界プロジェクト委員会と連携を行った(ポスターの掲示やSNSでの発信の協力を依頼)。

## ■アート鑑賞船の運航と各作品の展示場所

会期中特別に運航したアート鑑賞船は、平日6便、土日祝日7便、10時から16時まで毎時00分に運航し(平日12時便は運航せず)、45分間のクルーズの中で、突堤の先端や係船杭など港を象徴する港湾施設に設置したアート作品を、船の上から鑑賞していただいた。会期スタート後20日目の10月5日には乗船者数1万人を達成。会期後半の休日には、積み残しが出るほど盛況の日もあり、臨時便を出すこともあった。

アート鑑賞船内では、船内アナウンスで各作品の解説を行い、来場者がアート作品のコンセプト等を理解できるよう努めた。

このほか、小さなお子さんがいる「神戸アートクルー」のメンバーの発案により、「船から楽しむ子どもアートツアー」(2回実施)や、外国人への情報発信として、KOBÉ PRアンバサダーによるまち歩きツアーや留学生限定の「特別講演会とアートクルージング」を実施した。

## <意見・評価>

- ・来場者アンケートの結果からは、約4割の方が4時間から6時間かけて芸術祭をご覧いただいていることが分かったが、来場者からは、「『かもめりあ』からポートライナー『三宮駅』までのアクセスがわかりにくい。」というご意見や、「会場が分散しすぎており、見て回るのが大変だった。」「循環バスを出してほしい。」など、アクセスの悪さを指摘する声があった。
- ・来場者には、アート鑑賞船に乗船していただき、神戸のまちや港の美しい景観とともに、アート鑑賞を楽しんでいただくことができたと言えるが、それ以外の作品の展示場所は、中突堤中央ターミナル「かもめりあ」からの動線が悪く、全ての作品を鑑賞するためには、公共交通機関と徒歩での移動を想定すると、半日間に要することなど、アクセスが課題であったと言える。予算の都合から、シャトルバスの運行は見送られることとなったが、来場者に十分配慮した動線の確保が今後の課題である。
- ・アート鑑賞船による作品鑑賞に関しては、作品のエネルギーが隅々にまで張りめぐらされていてコンパクトで良かった。
- ・アート鑑賞船は「港都KOBÉ芸術祭」の最大の特徴であり、好評をいただいた一方で、「神戸ビエンナーレ」の成功をベースにしたものであり、真新しさはなかったのではないかと。
- ・アート鑑賞船は、45分間という限られた時間の中で、既定の航路を運航し、かつ安全に乗船いただくため、一定の運航スピードや作品設置場所との距離が必要であったが、来場者からは、各作品の鑑賞時間が限られていること、作品設置場所との距離が遠いなどの指摘があった。
- ・来場者アンケートでは、アート鑑賞船の貸切便の告知方法に関する意見が多く、公式ホームページとfacebookで貸切便の情報発信を随時行っていたが、分かりにくいとの指摘があった。



- ・訪日外国人向けに、大型旅客船の着岸する神戸ポートターミナルに併設されたホールには、中国・天津及び韓国・光州ビエンナーレの作家の作品を展示したが、特に大型客船が停泊しない日や平日などは、来場者数が伸び悩んだ。
- ・ポートアイランド北公園に展示したドットアーキテクツによる「UNDER THE BRIDGE」では、神戸の美しい夜景とともにライトアップされた作品や音楽イベントをお楽しみいただき、多くの来場者から好評をいただいた。日頃は来訪者の少ないポートアイランド北公園の魅力の再発見に寄与した一方で、夜間は作品のキャプションが読めないなど、夜間展示への対応が不足していたところもあった。
- ・今後の芸術祭で会場を分散するにしても、第1メイン会場、第2メイン会場のように集約したうえで、それぞれの会場内に徒歩で巡れるよう複数の作品を展示し、エネルギーを集中させるほうがよい。
- ・屋外展示は天候に大きく左右されるため、屋内展示をもっと増やすべきである。
- ・開催場所の選定はテーマとも深く関わり、選定する作家と作品に強い影響を与えるため、非常に重要である。

### <来場者アンケート・自由意見の抜粋>

- ・船に乗って見たかったので、作品鑑賞しながら—という芸術の秋にふさわしい企画でした。
- ・船から見る作品はとても良かった。ダンスパフォーマンスも近くて楽しい！
- ・船のスピードが速い。
- ・作品と距離が離れている。
- ・船に乗ったが、作品が見える方向が偏りすぎている。自分が乗った方は作品が遠くて見えない。
- ・貸切便があつて乗船できない便があることをしっかり告知して欲しかった。
- ・ポートアイランド北公園がこんな素敵な場所だったとは知らなかった。
- ・作品の展示場が離れていて徒歩で行く行程が長く、すべてまわるのは大変だった。
- ・会場アクセスが良くない。
- ・シャトルバスの運行はないのか。
- ・ポートライナーの乗り場とかもめりあが離れている。
- ・交通の便が悪く時間がかかる。
- ・道案内もポイントポイントに適切にあり、ガードマンの方もていねいに教えていただき、迷うことなく(方向音痴の私でも)たどりつけました。さすが神戸！！
- ・どこに行ってもピンクと水色の芸術祭の案内がされていて迷うことなくたどり着けた。
- ・地下鉄からちょっと迷ってしまいました。経路が分かりやすければなお良いと思います。

## ②実施体制

### <取り組み内容>

「港都KOBE芸術祭」は神戸開港150年記念事業の一環として、政策的に神戸港を会場にして開催することが決まっていたため、「プロデューサー」等を置かず、実行委員会を組織した上で市の主導により事業を実施することとなった。

実行委員会委員には、港湾関連団体、芸術文化関係団体、マスメディアの各方面から、実務上の責任者にご就任いただいた。

また、「神戸ビエンナーレ」にも携わった越智裕二郎氏((公財)西宮市大谷記念美術館館長)のほかにも、実行委員会を構成している神戸市立博物館、兵庫県立美術館、民間のBBプラザ美術館のそれぞれから推

薦いただいた3名の学芸員を合わせた、公立3館・民間1館の合計4名の学芸員で構成される「作家選定委員会」を実行委員会の下に設置した。作家選定と会場構成について、「作家選定委員会」で合議によって決定いただいた内容を、実行委員会に諮って意思決定を行う体制とした。

実行委員会を支える事務局は、事務局長を筆頭に、市職員や外部委託、人材派遣の14名体制とし、神戸市市民参画推進局文化交流部内に設置した。

### ＜意見・評価＞

- ・作家選定委員会からは、専門的な見地から幅広い作家を推薦いただくことにより、神戸開港150年記念の趣旨に沿った質の高い作品を制作していただき、来場者をはじめマスコミ、美術関係者からも概ね好評を得ることができた。
- ・「港都KOBE芸術祭」は市主導により進めることとなったが、今後の芸術祭の実施体制として、ディレクター等の民間の専門人材と公的団体が緊密に連携しながら実施する体制が望ましい。各プロジェクトにディレクターを設置して、責任の所在を明確にする手法も検討すべきである。
- ・事務局の人員は、予算上の制約もあり十分な人数とは言えなかった。担当者一人ひとりの負担が大きいものとなったが、今後、同規模以上の新たな芸術祭を開催する場合、十分な体制を確保すべきである。

## ③開催期間

### ＜取り組み内容＞

平成29年9月17日(日曜)・18日(月曜・祝)にメリケンパークで「神戸開港150年記念 こうべ食の博覧会」の開催が予定されていたことから、誘客の相乗効果をねらって、芸術祭の会期は平成29年9月16日(土曜)からとした。また、平成29年10月中旬までに会期を終える必要があったこと、予算上の制約もあったことから、閉幕は10月15日(日曜)とし、会期は30日間とした。

しかしながら、会期スタート直後に襲来した台風18号の影響により、9月17日(日曜)は開催を中止せざるを得なかった。また、会期中、10日間は雨天であり、特に週末に雨天の日が多く、天候には恵まれなかった。

### ＜意見・評価＞

- ・今回は、芸術祭開催までの準備期間が短かった上、会期も30日間と短かった。開催時期は秋の開催でよいとしても、雨天等の影響も考慮し、開催期間は1.5倍～2倍ぐらいは必要である。

### ＜アンケート・自由意見の抜粋＞

- ・会期が短いとは思わないが、今回、残念ながら予定が合わなかった。行きたかったです。
- ・港都KOBE芸術祭、よかったのにすごく短く感じました。もっと長くてもよかったのでは、と。知ったタイミングが遅かったのかほかのものも見たかったのになかなかでした。
- ・ビエンナーレのように期間が長いイベントにして欲しいですね。瀬戸内国際芸術祭のように、気候がよいタイミングで2回するなどしたら来られる方ももっと多いと思います。

## ④会場運営

### ＜取り組み内容＞

会期スタート直後と作品撤去期間に大型台風が接近し、また、会期中の週末も雨が多く、来場者数が伸び悩む結果となったが、大きな事故や作品の破損等はなく、無事に会期を終えることができた。

中突堤中央ターミナル「かもめりあ」や神戸ポートターミナルホール、ポートライナー「神戸空港駅」には運営スタッフを配置し、作品の管理や会場運営、来場者への案内・誘導などを行った。特に「かもめりあ」は、総合案内窓口としての役割にとどまらず、「神戸アートクルー」の活動拠点、連携事業の案内窓口、スタンプラリーの景品交換場所として機能した。

また、ライトアップによる夜間展示を行ったポートアイランド北公園には、釣り客をはじめとして不特定多数の公園利用者が出入りすることから、夕刻から翌朝まで警備員を常時配置することにより、公共空間での夜間展示の中でも、作品管理を厳重に行った。

新港第一突堤、神戸ハーバーランドの高浜岸壁についても夜間の巡回警備を行い、その他の作品設置場所には、運営スタッフが定期的に巡回して作品管理を行った。

## <意見・評価>

- ・来場者アンケートでは、3つの主要な会場（「かもめりあ」周辺、ポートターミナルホール、「神戸空港駅」）における運営スタッフの親切で丁寧な対応で、終始心地よい雰囲気の中でアート鑑賞を楽しむことができたという、好意的な意見が多数見受けられた。
- ・公共空間という不特定多数が出入りする場所での作品展示は、当初、いたずらによる作品の破損などが懸念されたが、巡回警備等の実施により、大きな事故もなく、作品設置から撤去まで無事に作品を管理することができた。

## <来場者アンケート・自由意見の抜粋>

- ・スタッフの方がとても親切で楽しめました。
- ・スタッフの方々のおもてなしに感激。
- ・中突堤の受付スタッフの細やかな対応がとても心地よく船への乗船も楽しませて頂きました。
- ・スタンプラリーの引換場所がかもめりあしかない点が不便。行く順番的に最後が神戸空港だったので。

## (4) 効果的な広報のあり方

### ① 制作物等のデザイン

#### <取り組み内容>

ロゴデザインやメインビジュアルについては、実行委員会で行ったコンペにより選定した広報業務の受託事業者に考案させ、若い層に受け入れやすいデザインのものを選定した。

当初は、このロゴデザイン（下図A）とメインビジュアルを用い、チラシ・ポスターなどの制作物では統一的なデザインとすることとし、事前の広報PRを行った（下図B）。しかし、開催直前から使用するPRポスターを制作する際には、当初から使用していたメインビジュアルに対して「芸術祭と分かりにくい。」「まず、多くの方々に芸術祭を知ってもらわなければならない。」「まず、多くの方々に芸術祭を知ってもらわなければならない。」「まず、多くの方々に芸術祭を知ってもらわなければならない。」などの実行委員会委員のご意見もあり、その後の制作物については、より分かりやすく、シンプルなロゴデザインに特化して、これを統一的に用いて広報PRを行った（下図C）。



A. ロゴデザイン



B. 当初使用していたポスター



C. 開催直前から使用したポスター

## <意見・評価>

- ・上記の経過から、芸術祭の顔ともいべきポスターのデザインの大幅な変更は、ビジュアルの連続性に欠け、ロゴデザインに特化してPRを行い始めてから開幕まで時間がなかっただけでなく、会期も短かったこともあり、芸術祭を象徴するデザインとして十分に浸透させることが難しかった。一方で、ピンク色と青色をあしらった背景は、当初のデザインから一貫して使用し、目に付きやすかったことから、案内には役に立ったとの来場者の意見もあった。
- ・視覚に訴えるもので、時間をかけて浸透を図れるよう工夫したメインビジュアルを早めに設定しておく必要がある。

## <来場者アンケート・自由意見抜粋>

- ・どこに行ってもピンクと水色の芸術祭の案内がされていて迷うことなくたどり着けた。
- ・今回の芸術祭はとても記憶に残りにくく、もっとキャッチーなコピーをつけるべき。

## ②情報紙・ポスター・街頭宣伝物等

### <取り組み内容>

(公財)神戸市民文化振興財団が発行している情報紙「KOBE C情報」の広範な配布ルートを活かすため、「港都KOBE芸術祭」の内容や作家・作品内容、地図などをコンパクトにまとめた情報紙「KOBE C情報 臨時号 港都KOBE芸術祭」を作成して、作家や市内の主要な公共施設、京阪神の美術館・博物館、京阪神の私鉄主要駅等へ送付するとともに、会期中には総合ガイドツールとして来場者に配布した。

また、会場では、各作品の展示場所や鑑賞ルートを詳細に地図上に記載した会場マップを情報紙と併せて来場者に配布した。

ポスターは、市内では市の所管施設のほかに、さんちかや神戸ハーバーランドなどでの掲示、ポートライナー、市営地下鉄での駅貼り、シティーループや市バスでの車内掲示などを行った。市外向けには、全国の美術館・博物館や各芸術祭の主催団体、大学、京阪神・首都圏のギャラリーに送付したほか、近鉄奈良駅から神戸三宮駅間を走る電車の1両の中吊り全てにポスターを1週間掲示する「ADトレイン」を実施した。

街頭宣伝物では、フラワーロードや神戸ハーバーランドなど会場周辺の主要幹線でのバナー掲示、市役所2号館での横断幕の掲出、フラワーロードに設置されている照明ポールへの案内ステッカーの貼付などを行った。

そのほか、市営地下鉄の駅に設置されたデジタルサイネージへの掲出、花時計ギャラリーや三宮センター街地下通路にある野村證券(株)神戸支店のショーウィンドウでのPR展示も行った。

また、PRツールとして手軽なアート鑑賞船型の折り紙チラシを作成し、まちなかでの各イベント会場で配布するなど、積極的に「港都KOBE芸術祭」のPRを行った。

## <意見・評価>

- ・来場者アンケートでも、「港都KOBE芸術祭」が認知されていないという意見が多く見られた。関西のアートファン層への積極的なPRを計画でも予定していたが、市外向けPRは、関係機関へのポスター・チラシ等の送付と「ADトレイン」のみであり、関西の中心である大阪、また、東京圏でのPRについて、課題を残した。
- ・「港都KOBE芸術祭」では、有料の公式ガイドブックは作成しなかった。作家・作品情報や会場地図をサンプルにまとめた、無料の情報紙や会場マップを作成したが、有料であっても、作家や作品の詳細情報や会場までのアクセス、鑑賞ルートなどを1つにまとめた、冊子型ガイドブックを希望する意見もあった。

## ＜来場者アンケート・自由意見の抜粋＞

- ・もっと宣伝が必要。
- ・もっと早く知りたかった。広報を工夫してほしい。
- ・三宮駅などターミナルでもっと宣伝した方がいいと思う。
- ・大阪では「港都KOBE芸術祭」をやっているのを告知されているのかどうか気づかなかった。
- ・鑑賞の場所、作家紹介、ルート、アクセスを一冊にまとめて見やすい冊子がほしい(有料でよい)。
- ・パンフレットは冊子がよい。

## ③WEBやメディアを活用した広報

### ＜取り組み内容＞

公式ホームページを公開し、トップページには、画像のバナーが流れるよう写真を中心としたより視覚的にわかりやすいホームページとした。スマートフォンでのユーザーが多いことを想定して、FacebookとInstagramの投稿をリアルタイムに閲覧できるようにトップページに配置した。また、イベント及び連携事業、協賛事業の紹介ページや、「神戸アートクルー」の活動報告の紹介ページも作成した。

さらに、「開催概要」や「会場」は3ヶ国語(英・中・韓)、「出展作家」は英語のページを作成し、外国からの来場者向けに対応できるものとした。

■ホームページ セッション数(アクセス数) 77,428 [3月19日～10月15日]

また、Facebook(Twitterにも連携)やInstagramを活用し、会期前・会期中はほぼ毎日、最新の作品情報や会場の情報、イベント情報、お知らせ等を発信した。さらに、「港都KOBE芸術祭」をメディアで紹介いただいた記事を積極的にシェアすることで、第三者からの観点も活用した情報発信に努めた。

また、Instagramの普及の影響もあり、積極的な情報発信をするとともに、ハッシュタグをつけて投稿いただくように促すなど、SNS等を活用する特に若い世代への発信強化にも取り組んだが、フォロワー数は低迷した。

なお、会場の雰囲気や様子が伝わるように、PR動画はないのかとの意見もあったが、「神戸ビエンナーレ2015」では、作成したPR動画の再生数が低いこともあり、費用対効果を考え、今回は制作を見送った。

■公式Facebookフォロワー数	703人	[閉幕時(10月15日)]
■公式Twitterフォロワー数	222人	[閉幕時(10月15日)]
■公式Instagramフォロワー数	313人	[閉幕時(10月15日)]

テレビ・ラジオ・新聞等のメディアによる情報発信については、プレスリリースなどを通じて各メディアに積極的にアプローチするとともに、実行委員会の委員である地元のテレビ局や在阪の準キー局には、情報番組で取り上げていただくよう依頼を行った。

有料記事の掲載については、限られた広報費の中で、比較的訴求力があると考えられる芸術美術系雑誌や情報紙などにできるだけ絞ることとし、有料記事掲載を極力見送った。一方で、無料で掲載できる雑誌広告やWEB広告については、積極的に情報提供を行い、掲載を依頼した。

■テレビ・ラジオ・ケーブルテレビ	60回
■新聞記事	45回
■商業誌・フリーペーパー・公共刊行物	54回
■WEBサイト	189回

## <意見・評価>

・来場者アンケートでは、「港都KOBÉ芸術祭」を知り得たきっかけとして、公式ホームページをあげる人が12.5%いたが、「港都KOBÉ芸術祭」の名称が読みづらいため、検索サイトからも検索しづらかったこと、また、迅速に公式ホームページの情報更新ができなかったこともあり(会期中の情報発信についてはFacebookを中心としたSNSを積極的に活用した)、公式ホームページへのアクセス数はやや少なかった。

・Facebookでは、「港都KOBÉ芸術祭」を楽しむ様子の記事が頻繁にアップされ、SNSを多用する方々に好印象であった。特に、Instagramでは、アート作品の写真が多数投稿されたことから、写真を趣味にされている人やInstagramを趣味にしている人からの投稿が増えるなど、ユーザーからは好評を得たと考えられる。

しかし、フォロワー数は低迷し、いかにしてフォロワーを増やしていくかについては課題を残した。学生の活用や、SNS広告、人気ブロガーやYouTubeの活用など、新しい切り口での広報も考えていく必要がある。

・テレビ・ラジオでの放送、新聞・雑誌等への記事掲載に向けて積極的に働きかけたが、来場者アンケートでも「港都KOBÉ芸術祭」を知りえたきっかけとしては、14.1%にとどまった。

そのような中でも、評価をいただいた新聞や専門誌等の記事、テレビ番組等での放送を見聞きした視聴者より事務局に問い合わせがあったほか、それらを見て来場したという方々もおり、関西一円に広域にわたって発信効果が期待できる、テレビの情報番組等で紹介していただける機会や専門誌等での記事掲載をどのように拡大していくかについては課題を残した。メディアへの情報発信については、他都市の芸術祭ではもっと力を入れており、戦略的な広報を行うための一定の体制及び予算の確保が必要である。

## <来場者アンケート・自由意見の抜粋>

- ・平日だったせいか鑑賞されている人も少なく、せっかくレベルの高い作品が展示されているのもったいないな、と思います。朝の情報番組で紹介してもらうとか周知してもらえるように考えてください。
- ・期間が短いので、もっと前宣伝をしたら良かったのでは？ 関西の情報番組等で取り上げてもらおうと良い。無料なのにもったいない。

## ④プレイベントを通じた広報

### <取り組み内容>

「港都KOBÉ芸術祭」のプレイベントは、神戸港歴史講演会「神戸港の文脈を探る」(2017年1月28日開催)を皮切りとして、アーティスト・トークや開港150年にちなんだ150の連風制作のワークショップを行った「大人のためのアートキャンプ」(2017年7月29日開催)、子ども向けワークショップ「アート臨海学校 柔らか素材でポートタワーを高〜く作ってみよう！」(2017年7月30日開催)、子ども向けワークショップ「ふねをつくらせて学ぼう！神戸のうみ・やま・みなと」(2017年8月20日開催)、連風揚げを行った「風を待つ」(2017年8月26日開催)など、幅広い層に「港都KOBÉ芸術祭」を訴求するために、プレイベントを開催した。

## <意見・評価>

・「大人のためのアートキャンプ」では、一般参加者が制作した連風を出展作家である山村幸則氏の作品

「旅するイカリ 港都KOBE150景」の1景と関連づけることで、新聞でも大きく記事が掲載された。参加した「神戸アートクルー」の共感を呼び、「港都KOBE芸術祭」への期待感の醸成につながった。

「アート臨海学校」で参加者が制作したポートタワーを、中突堤中央ターミナル「かもめりあ」に展示することにより、「かもめりあ」が会期中、「港都KOBE芸術祭」の拠点となることをPRできた。

これらのイベントは、「神戸アートクルー」が参加者の中心となり、それ以外に一般から多数の参加者を得ることができず、また、イベントが“点”で終わってしまった感は否めない。「港都KOBE芸術祭」本番への気運を高めていくためには、“点”ではなく、流れの中で多くの市民を巻き込みながら、芸術祭へ繋げていく仕掛けをどのように行っていくのか、イベントの実施のあり方を考える必要がある。芸術祭とはどういうものなのか、その見所や楽しみ方を市民が学び、「芸術祭に足を運んでみよう」という市民がこのイベントを通じて出てくるよう、出展作家のPRも兼ねながら戦略的にイベントを組み立てていくことを検討しなければならない。

### <「神戸アートクルー」アンケート・自由意見の抜粋>

- ・いよいよ始まるという感じがして、わくわくした。
- ・自分が作った凧が150もの連凧の一部となって舞い上がる姿は感動した。「港都KOBE芸術祭」の開催が待ち遠しくなった。

## ⑤集客対策

### <取り組み内容>

「港都KOBE芸術祭」では、アート鑑賞船から鑑賞していただける作品のほかに、ポートライナーの沿線にあって、神戸港の玄関口となっている各ターミナル施設に多数の作品を設置した。そのため、来場者にとって、アート鑑賞船の乗船料金も含め、鑑賞にかかる交通費にお得感が出るよう、アート鑑賞船を運航していただく早駒運輸株式会社とポートライナーを運行されている神戸新交通株式会社のご協力により、アート鑑賞船の乗船券(大人 1,200円)とポートライナーの一日乗車券(700円)がセットになった企画乗車券を1,300円で限定販売(3,000部)していただいた。

また、平日の集客対策として、平日限定でアート鑑賞船の乗船料金が20%オフとなり、ペアで来場いただいた先着100名に特別な景品をプレゼントするという特典が受けられる割引カード(ハガキサイズ)を作成・配布した。

このほか、滞在外観光を推進するため、市外から訪れる観光客にも「港都KOBE芸術祭」を楽しんでいただけるよう、上記セット企画乗車券がさらにお買い求めやすくなる割引カード(ハガキサイズ)を作成し、市内の主要なホテル・旅館のロビーでの配布やコンシェルジュによる案内等の協力をいただいて、宿泊客の誘客促進を図った。

### <意見・評価>

- ・セット企画乗車券は、双方の事業者からも、他の企画乗車券と比較して一定の売上げ実績があったとの評価をいただくことができた。しかし、アート鑑賞船の乗船者数の実績からすれば、もっと売れてもおかしくないとの意見もあり、PRが不足していたと考えられる。
- ・来場者からは、お得な価格帯での企画乗車券販売に好評を得た一方で、「かもめりあ」からポートライナーの駅までのアクセスが悪いというご指摘もあった。
- ・各割引カードの配布・設置については、「港都KOBE芸術祭」への来場を促すインセンティブとしては弱く、効果は非常に薄かったと言わざるを得ない。特に観光客を取り込むためには、芸術祭の事業計画の

策定をより早期に行い、芸術祭を着地型の観光商品として紹介していただけるよう、旅行代理店等に早い時期からセールスを行っていく必要がある。

### <来場者アンケート・自由意見の抜粋>

- ・船＋ポートライナー1日乗車券はとてもお得だなと感じる値段設定になっていました。

## ⑥連携事業・協賛事業

### <取り組み内容>

「港都KOBE芸術祭」を開催するにあたり、互いの趣旨に賛同し、相互協力を行う18事業を「連携事業」とした。チラシや公式ホームページ等で「連携事業」を広報PRするとともに、「港都KOBE芸術祭」についても、「連携事業」の主催者に広報していただくよう依頼した。

「POW！WOW！JAPAN」による会期前のPR壁画の制作、「アートde元気ネットワークひょうご」の構成団体の各芸術祭に参加している作家による作品展示やワークショップ等の実施、「Robert Frank: Books and Films, 1947－2017」や「六甲ミーツ・アート 芸術散歩2017」等のレセプション会場等でのPRなど、特に兵庫県内で開催される他の芸術祭と広報連携を行うことにより、「港都KOBE芸術祭」の効果的なPRに努めた。

また、「港都KOBE芸術祭」の趣旨に賛同していただける市民や、各芸術文化団体が実施する7事業を「協賛事業」として認定し、チラシや公式ホームページ等で広報PRした。

### <意見・評価>

- ・「連携事業」の趣旨・ねらいでもあった広報での連携という点について、「連携事業」の主催団体側で、「港都KOBE芸術祭」の広報を十分に行っていないところもあった。「連携事業」は広報のターゲット層が重なるところも多いことから、連携が十分にできれば広報の相乗効果は大きい。相手方との連携を密にして、「港都KOBE芸術祭」を積極的に広報PRしていただけるよう積極的に働きかけを行う必要があったと考えられる。
- ・神戸で開催する芸術祭が他地域の芸術祭との連携を考える上では、“海”のつながりといった視点で、「瀬戸内国際芸術祭」などが考えられるが、「瀬戸内国際芸術祭」は地域振興至上主義であり、神戸とは同じ土俵にはない。むしろ「ヨコハマトリエンナーレ」のような都市型の芸術祭との連携を検討することも考えられる。

## ⑦広報総評

### <意見・評価>

- ・市民参画を進めるためにも、まず、市民に関心を持ってもらうことが重要である。神戸開港150年記念事業関連のイベントについては、よく周知が図られていたが、「港都KOBE芸術祭」については十分にPRができていなかった。イベント全体の周知からどのように「港都KOBE芸術祭」自体のPRにつなげていくか、広報のあり方を考える必要があった。
- ・現代アートは大衆芸術とは異なるため、ターゲットの設定は、ある程度絞り込みが必要である。多くの来場者を集めるための取り組みや広報は、エンターテインメント性の高い商業的な取り組みに任せるべきである。一方で、芸術祭を都市政策としてとらえれば、より広く芸術祭について認知していただくことは大変重要であり、そのためには、ある程度広報費にお金をかけなければならない。
- ・「瀬戸内国際芸術祭」の人気の背景は、会場となる海や島が美しく、小旅行の楽しみを感じられるような



ところにある。また、兵庫県立美術館が開催して大人気だった「怖い絵展」は、怖いもの見たさといったドキドキ感を感じられるような仕掛けがあった。若者が東京に惹かれるのは、日常的にワクワク・ドキドキできるといった魅力があるからではないかと考えられる。そういうことを感じさせる開催テーマの設定や開催場所の選定、テーマに合う作家の選定、広報のあり方を考える必要がある。

- ・東京圏には「港都KOBÉ芸術祭」について全く聞こえてこなかった。次の芸術祭では東京への広報対策が必要である。
- ・新たな芸術祭を行う場合には、時間をかけて広報戦略を練り、予算も十分に掛けてターゲット層に情報が届く広報のあり方を検討する必要がある。

## (5) 市民参画の進め方

### <取り組み内容>

「港都KOBÉ芸術祭」の基本方針の趣旨に賛同し、「港都KOBÉ芸術祭」を共に創る“パートナー”として、市民チーム「神戸アートクルー」を募集し、会期の4ヶ月前に結成した。大学生の参画を促すため、市内の大学にも積極的にアプローチを行った。

「神戸アートクルー」は、会期前より定期的にミーティングを重ね、メンバーの自主的な発案により、広報活動やおもてなし活動、プレイベントの運営、出展作家の作品制作補助などを行った。

また、会期中には、「神戸アートクルー」に登録いただいた神戸学マイスターの企画によるまち歩きイベント「港都KOBÉ芸術祭×まちあるき」や、「船から楽しむ子どもアートツアー」などの自主企画やアート鑑賞船のお見送りや作品ガイドに代表される来場者へのおもてなしを行った。

このほか、障がい者支援を行うNPO法人ウイズアスの協力を得て、その職員にも「神戸アートクルー」のメンバーとして登録いただき、障がいのある方・高齢の方にも安心して鑑賞していただけるよう、交通・宿泊・観光・レストランなどの情報提供や車いすの無料貸し出しなどの活動を、総合窓口である中突堤中央ターミナル「かもめりあ」で行った。

■「神戸アートクルー」登録者数 134名 ■「神戸アートクルー」活動回数 114回

■「神戸アートクルー」活動延人数 806名

### <意見・評価>

- ・「神戸アートクルー」登録者の中には、「神戸ビエンナーレ」で活動を行った「神戸ビエンナーレ Cheers」の経験者も多かったが、短期間にもかかわらず、多くのメンバーが積極的に活動し、多数の成果を残した。来場者からも評判は良く、このような評価は、「神戸アートクルー」がボランティアの域を超えて、「港都KOBÉ芸術祭」をともに創り上げた“パートナー”として大きな役割を果たしたと言える。「神戸ビエンナーレ Cheers」の活動とは違い、メンバーの役割分担を決めるのではなく、それぞれの自主性を尊重したことが好影響をもたらしたのかもしれない。
- ・子育て中の「神戸アートクルー」のメンバーが企画した「船から楽しむ子どもアートツアー」は2回実施し、総数70名の親子連れが参加した。本企画によって、「港都KOBÉ芸術祭」には行きたいが、乳幼児連れでなかなか行くことができない、という潜在ニーズが顕在化されただけでなく、そのニーズを吸い上げることができた。
- ・バリアフリールートを掲載した「神戸アートクルー」監修のガイドマップの作成、NPO法人ウイズアスの

協力を得て、高齢者や障がい者にも安心して鑑賞していただけるよう行った車いすの貸し出し、古巻和芳氏の作品「九つの詩片―海から神戸を見る」の点字版作成などの取り組みも行っていただいた。これらの活動は、実際に来場いただいた方々からも高い評価をいただいた。

- ・芸術祭を一過性のイベントにせず、裾野が広く息の長い取り組みにするためには、作家と市民・来場者を繋ぐ架け橋的役割を担う「神戸アートクルー」のような存在が重要である。ボランティアの質の向上を図るうえでは、芸術祭について十分に理解してもらうような研修などの取り組みも必要である。
- ・次の芸術祭を進めていく上でも、参画するボランティアがテーマを深く理解できるような取り組みのほか、活動意欲のある人を市外からも広く集めるための取り組みも重要である。例えば、「大地の芸術祭 越後妻有アートトリエンナーレ」では、東京からのボランティアが多く、「瀬戸内国際芸術祭」では、全国を渡り歩いて活動している人も参画している。地域とアートを結びつけるよう理解を進め、多くの若い人たちが参加・参画して、「芸術祭っていいね」といった感覚が広まれば、ボランティアの幅も広がっていくと考えられる。
- ・国際的な広がりをもたせるためにも、ボランティアに外国人の参画を進めることも重要である。
- ・明日の神戸を担う大学生など若い人にも参加してもらう必要がある。「港都KOBE芸術祭」でも、市内の大学に対しアプローチを行った。その結果、「神戸アートクルー」に登録していただいた大学生もいたが、積極的に活動していただける学生は現れなかった。ボランティアとして参画すれば単位取得につながるなど、大学生の参画を促すインセンティブを大学側と考えるなど、学生に対するボランティア募集のあり方や、活動内容についてよく検討する必要がある。

#### <来場者アンケート・自由意見の抜粋>

- ・おもてなしに感激した。
- ・私が出会ったボランティアの方は皆さん親切で気持ち良かったです。
- ・説明してくださった方が熱心で、よく作品を理解する事が出来た。

#### <「神戸アートクルー」アンケート・自由意見の抜粋>

- ・多種多様な活動が出来、楽しく日々を過ごしました。ファンタジー号の送迎にUW旗で…が良かった。
- ・多くの素敵な作家さんと交流でき、また、「港都KOBE芸術祭」に関心を持ってくれる多くの方と接することができて、楽しかった。
- ・準備期間が短く、もっと色々なサポートが出来たと思っています。台風にずっと重なり、残念でした。

### (6) 今後の芸術祭のあり方

#### <意見・評価>

・「港都KOBE芸術祭」の全体的な感想として、来場者アンケートでは「大変良かった」「良かった」が合わせて77.2%、ネットモニターアンケートでは65.4%となり、非常に好評であった。自由意見でも、「新しいアートの世界を知る機会となった」「他の美術館にはない作品を見ることができた」という感想があった一方で、「神戸ビエンナーレのように体験型のアートがあればよかった」「神戸ビエンナーレのようにもっと親しみやすい作品があればよかった」など、「神戸ビエンナーレ」の閉幕を惜しむ声もあった。

・都市ブランドを向上させるための産業政策としての芸術祭と、市民を対象とした文化政策としての芸術祭は垂直軸と並行軸にあり、本来は意味合いが異なるものである。神戸でなぜ“芸術祭”を行うのか、そ

の位置づけをよく考える必要がある。

- ・神戸のような大都市では、都市ブランドを発信していくために芸術祭を産業政策として行うべきであり、そこに開催する意義がある。
- ・神戸のブランド力をさらに飛躍させるためには、神戸のまち・地域の多様性を活かし、アートを通じて地域に光をあて、地域課題の解決を図るとともに、市民をはじめ来場者がワクワクし、あらためて地域の魅力を再発見できる契機となるような“芸術祭”が求められていると思われる。
- ・全国各地で芸術祭やアートプロジェクトが多数行われているが、昨今の芸術祭は、地域振興を重視しすぎている。地域振興と芸術文化の振興のバランスを図っていかなければならない。神戸のような大都市で行う芸術祭は、地域至上主義の芸術祭とは一線を画すべきである。また、人類の普遍的なテーマを扱っている芸術祭も他にはあるが、神戸で行う芸術祭で扱うテーマはこれらとも異なる。
- ・今後の芸術祭では、社会性のあるテーマや社会的な課題に対するメッセージをどのように盛り込んでいくのかということも検討しなければならない。
- ・今後の芸術祭では、地域の文脈を掘り起こし、作家やボランティアと時間をかけて共有していく取り組みが重要である。
- ・開催サイクルについては、コンセプトワークをしっかりと行い、テーマに沿った作家を選定するためには、少なくとも3～4年にすべきではないか。
- ・踏み込んだ企画にするためには、時間をかけて丁寧に取り組む必要がある。挑戦的な取り組みを行うためには、時間は自ずとかかるものである。神戸のまちは広く、それぞれの土地にも歴史があり、地域に光をあて深く掘り下げていくにも時間はかかる。そのような観点からも、開催までのプロセスは非常に大切であり、準備期間をしっかりと設けた3～4年間隔での芸術祭開催を検討することも必要だろう。
- ・アートプロジェクトとして、作品展示だけではなく、時間をかけてプロセスを踏むことも大事である。ヨーロッパでは「ヴェネチア・ビエンナーレ」が有名だが、それ以外にドイツの「ミュンスター彫刻プロジェクト」も評価が高い。10年に一度夏の間だけ開催されるアートイベントで、公共空間と芸術作品の関係がテーマ。芸術家が事前に町に滞在し、町や住民のことをよく調査した上で作品と設置場所のアイデアを出して、滞在しながら作品を制作する。展示作品については、住民が希望したもののみ恒久設置することとしている。

#### <来場者アンケート・自由意見の抜粋>

- ・他の芸術祭にも幾つか行っていますが、神戸だったらぜひ海や港で開催するのが良いと思います。せっかくフォトジェニックな場所がたくさんあるので。スタッフの方は皆親切でした。ありがとうございました。
- ・港や海以外の神戸を舞台にした芸術祭を見たいです。
- ・今回は港主体なので神戸をイメージできる下町で開いて欲しい。
- ・都市型の芸術祭と同じタイプだと思うので、北区や西区に広げない方がいいと思います。
- ・神戸ビエンナーレがなくなってさびしいので、またこのようなアートイベントが開催されると神戸に来るきっかけになります。
- ・ビエンナーレに代わる新しい芸術祭に期待します。
- ・この様な芸術祭は二度とやってほしくない税金の無駄遣い！

#### <ネットモニターアンケート・自由意見の抜粋>

- ・子どもから高齢者までが楽しめるような芸術祭が嬉しいです。

- 他の都市との差別化を図ることができる、神戸らしさを感じられる芸術祭の開催を望みます。
- 詳しいわけではないので、特徴や評価するところの解説をわかりやすく、読みやすくしたものを作品に付けてほしい。
- 若手の芸術家を育成する場となれば、街に元気が出ると思います。

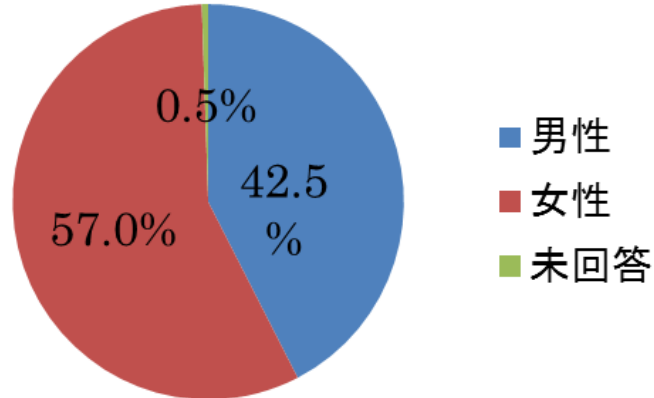
## IV. 資料

### 1. 「港都KOBEBE芸術祭」来場者アンケート集計結果

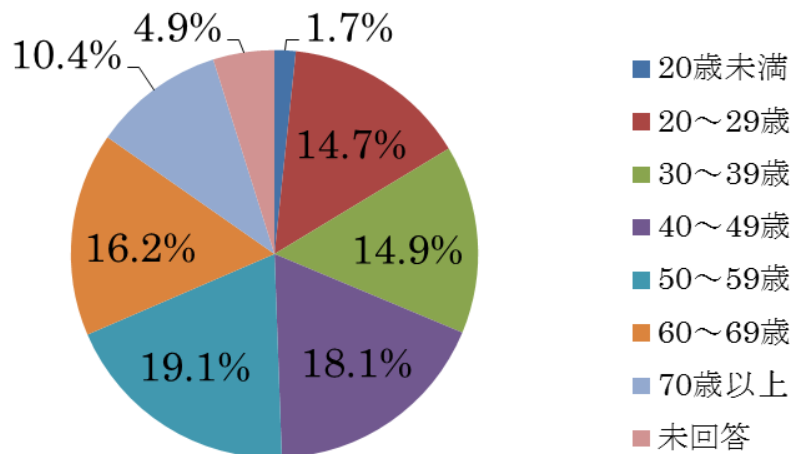
(回収通数N=1,131)

#### (1) 回答者の属性

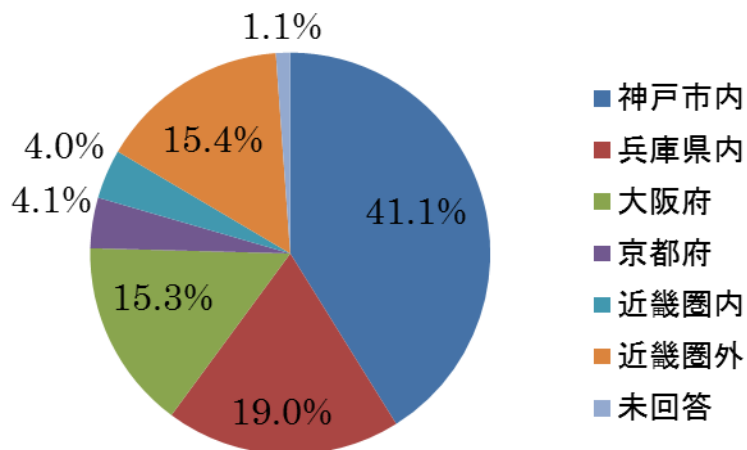
##### ① 性別



##### ② 年代

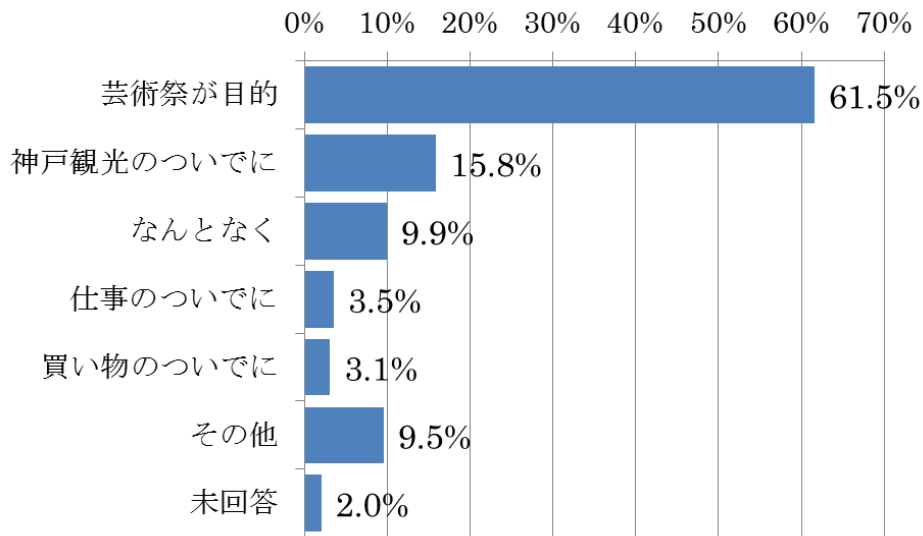


##### ③ 居住地

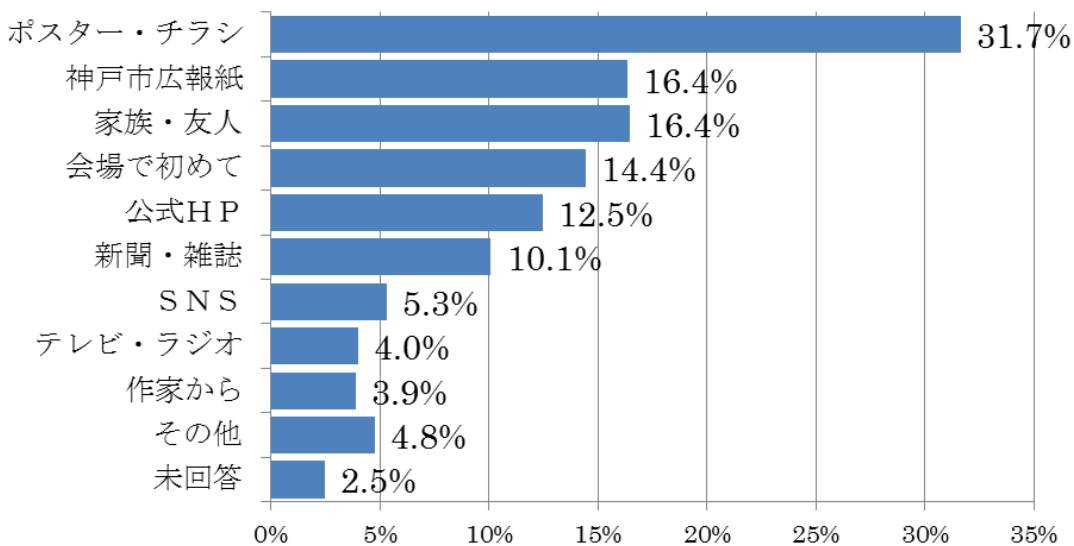


(2)「港都KOBE芸術祭」について

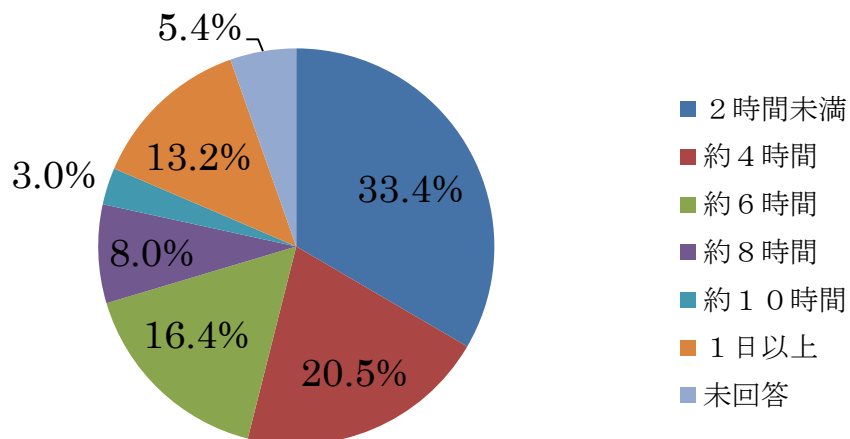
①来場目的(複数回答可)



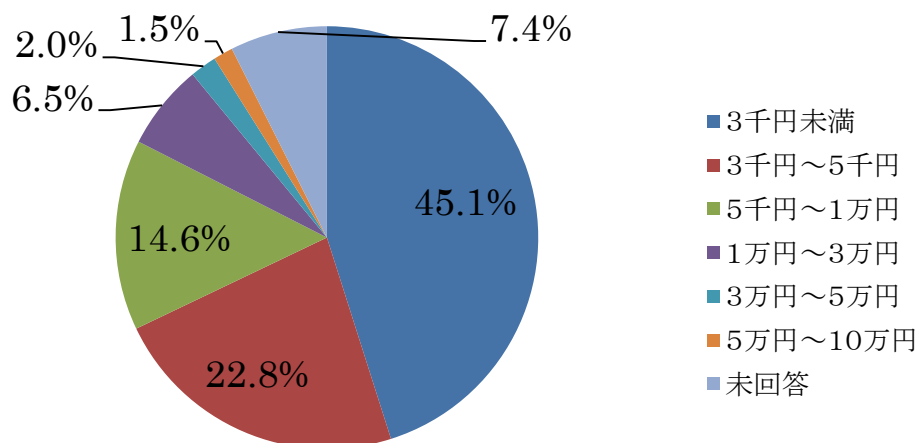
②芸術祭を知ったきっかけ(複数回答可)



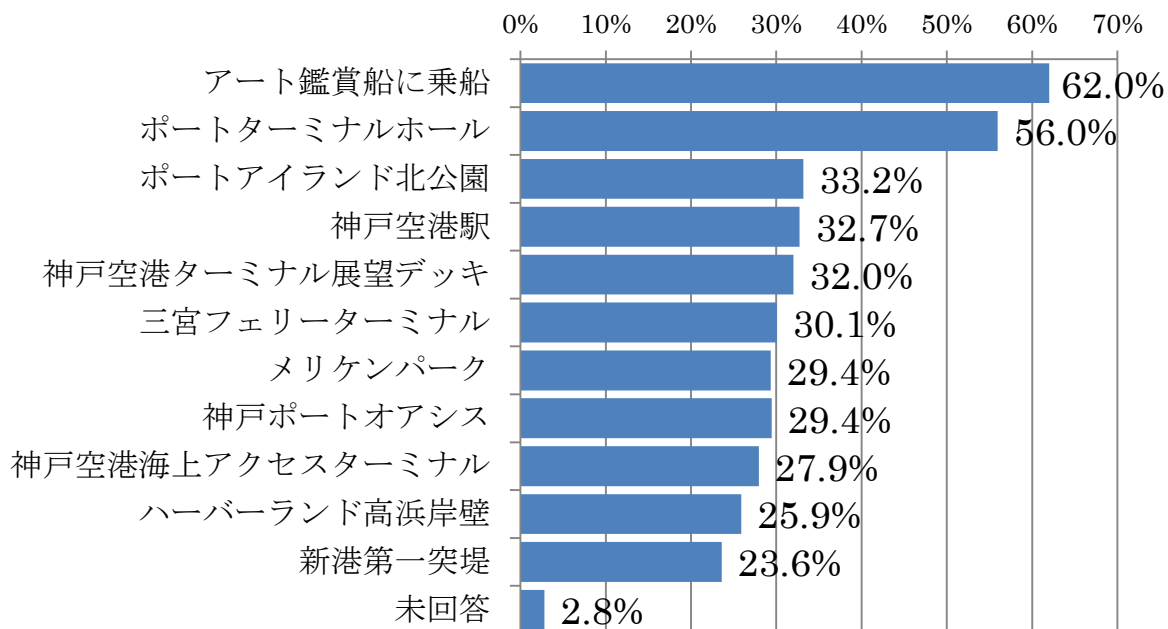
③芸術祭に費やした時間



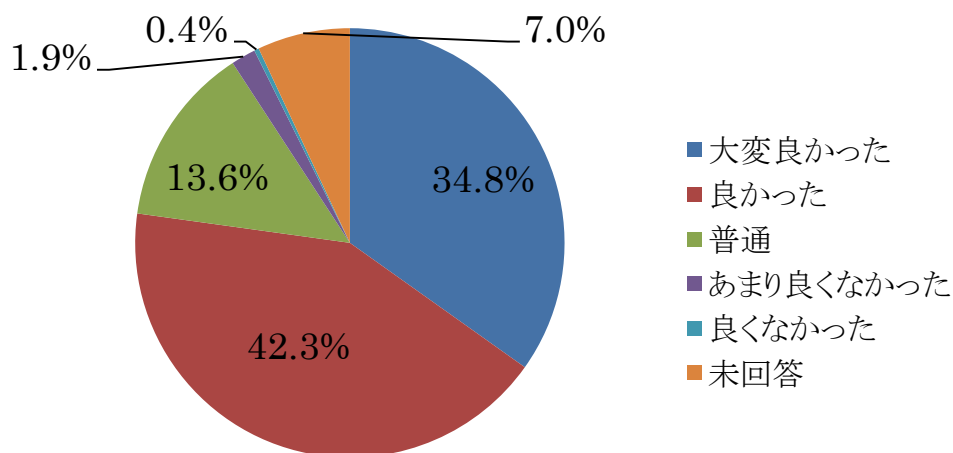
④芸術祭に会場して買い物や食事等で神戸で費した金額



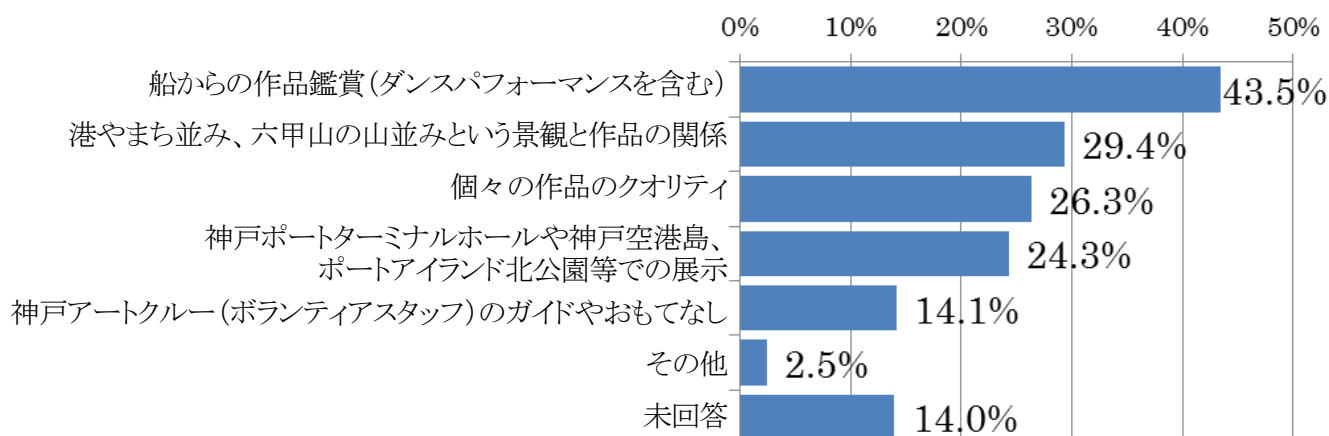
⑤来場した展示場所または来場予定の展示場所(複数回答可)



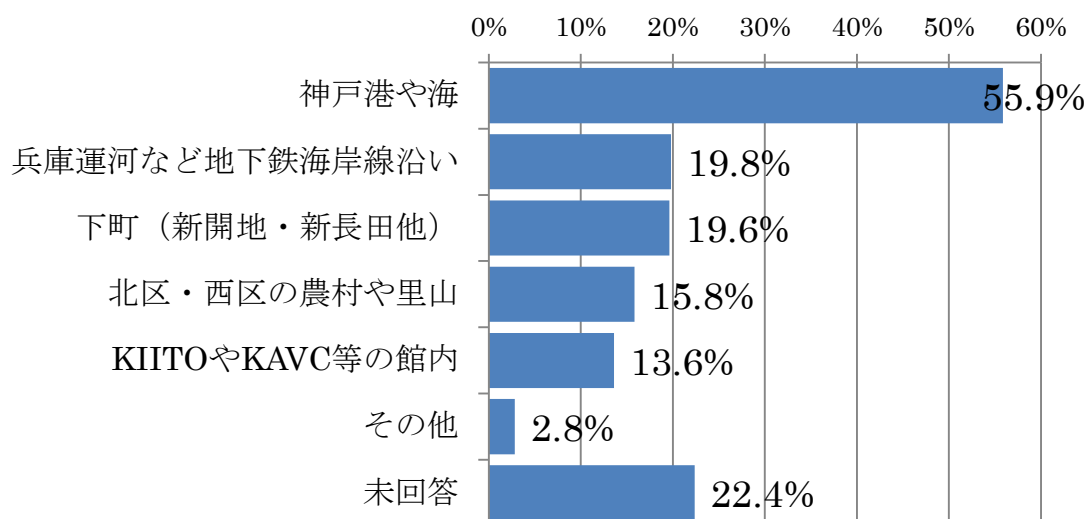
⑥来場しての感想



⑦芸術祭の良かった点(複数回答可)



(3)これからの芸術祭で開催してほしい場所(複数回答可)





## 2. 「神戸市ネットモニター」アンケート集計結果

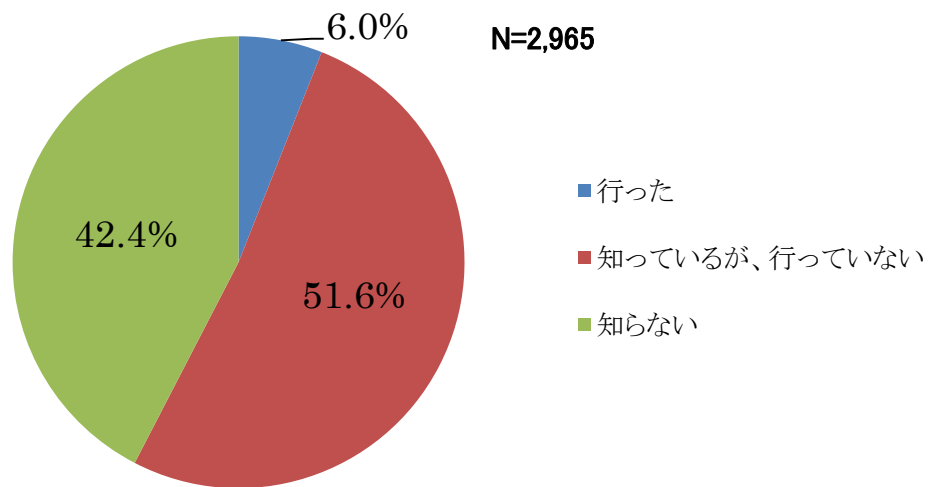
### (1) 調査の概要

- ①調査期間 平成29年12月15日(金曜)～12月28日(木曜)
- ②設問数 全5問(分岐設問除く)
- ③対象モニター数 4,149名
- ④回答モニター数 2,965名(回答率71.5%)

### (2) 調査結果

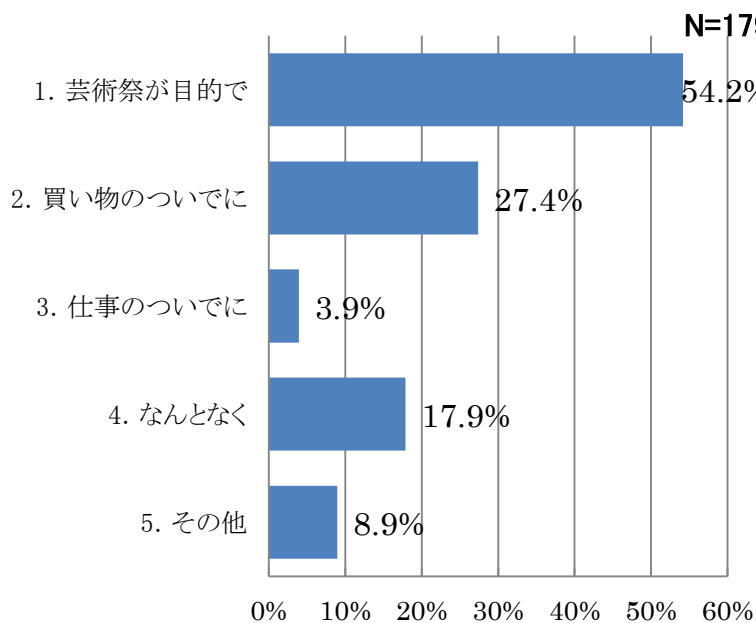
#### ①「港都KOBEBE芸術祭」について

問1. 「港都KOBEBE芸術祭」にご来場されましたか。



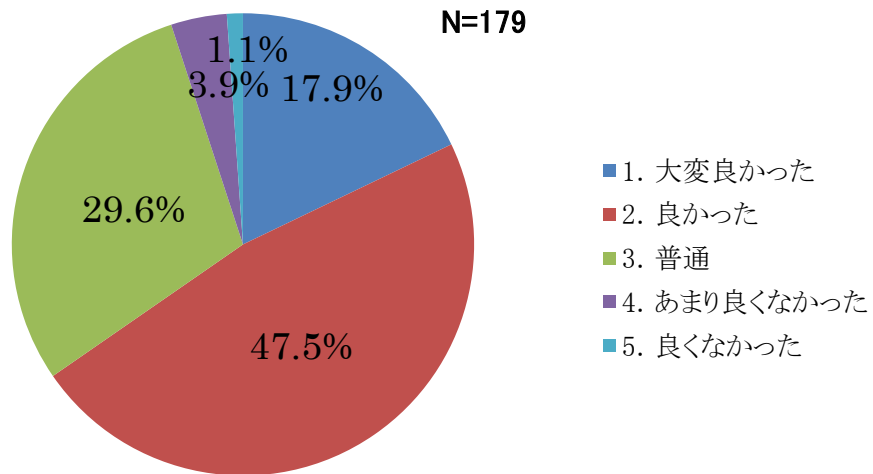
#### 【問1で「行った」と回答した方のみ】

問1-1. 「港都KOBEBE芸術祭」にご来場になったきっかけは何ですか(該当するもの全て)。



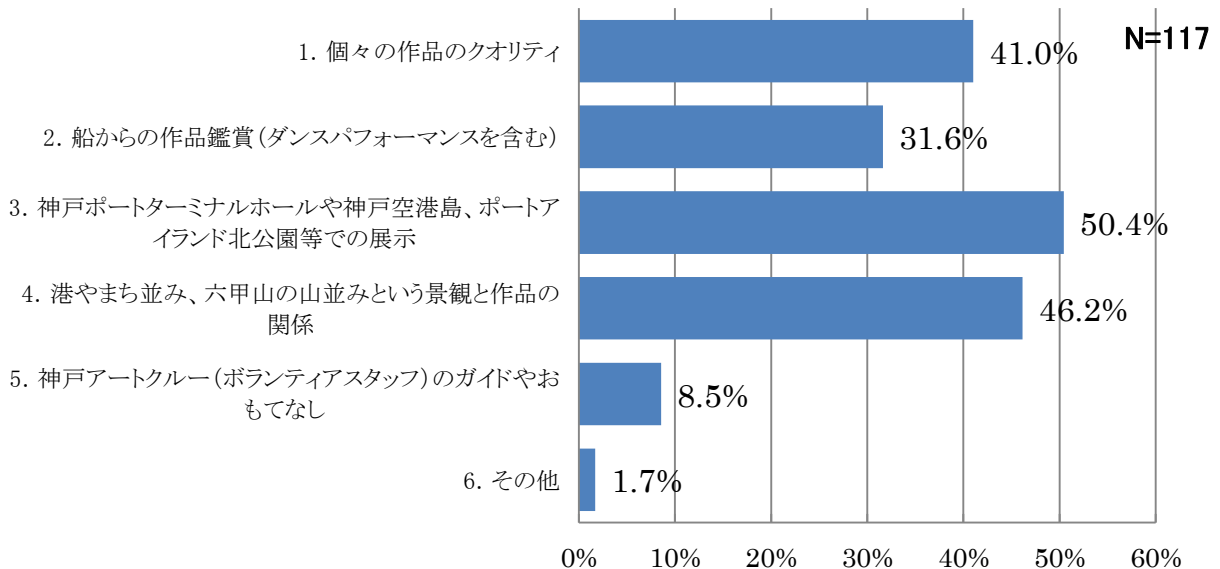
【問1で「行った」と回答した方のみ】

問1-2. ご来場されて良かったですか。



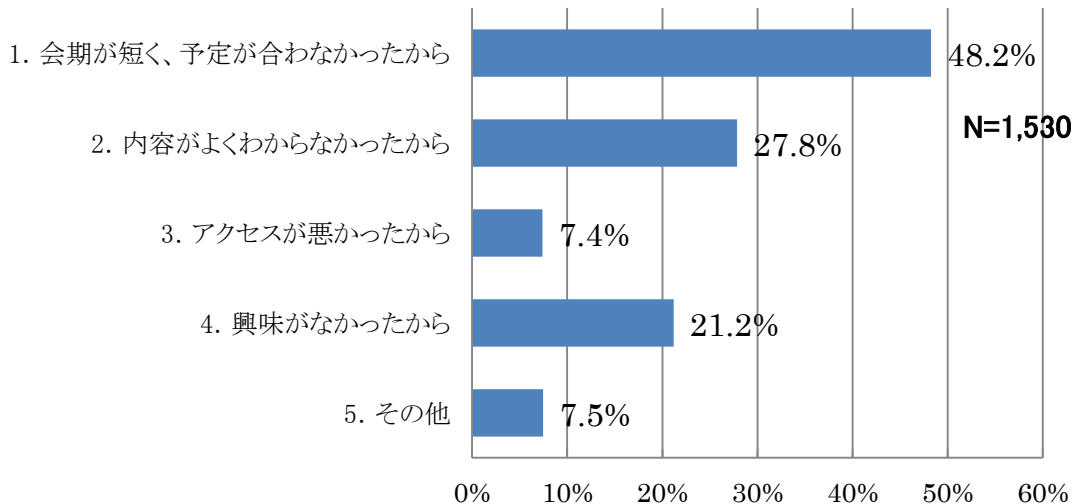
【問1-2で「大変良かった」「良かった」と回答した方のみ】

問1-3. 「港都KOBEBE芸術祭」で良かったと思われる点はどのような点ですか(該当するもの全て)。



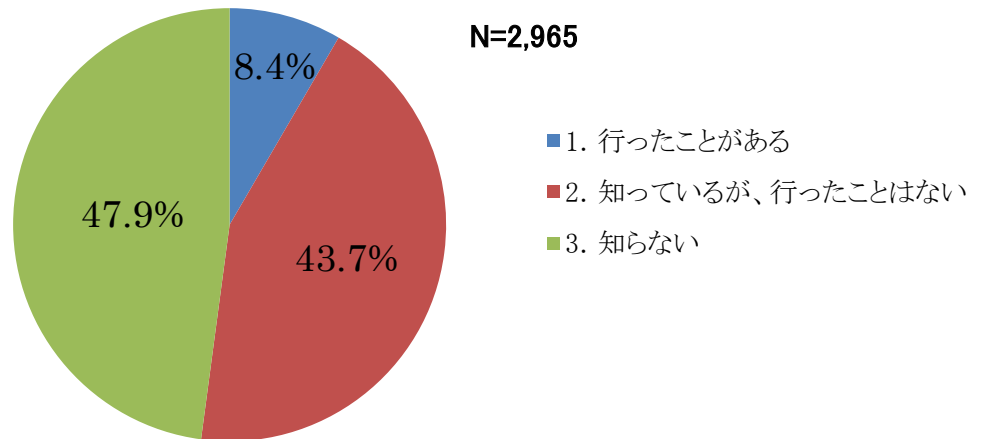
【問1で「知っているが、行っていない」と回答した方のみ】

問1-4. 「港都KOBEBE芸術祭」に来場しなかった理由何ですか。



②「今後の芸術祭」について

問2. 現在、瀬戸内芸術祭をはじめ日本各地で様々な芸術祭が開催されていることを、ご存知ですか。また、そのような芸術祭へ行ったことはありますか。



【問2で「行ったことがある」と回答した方のみ】

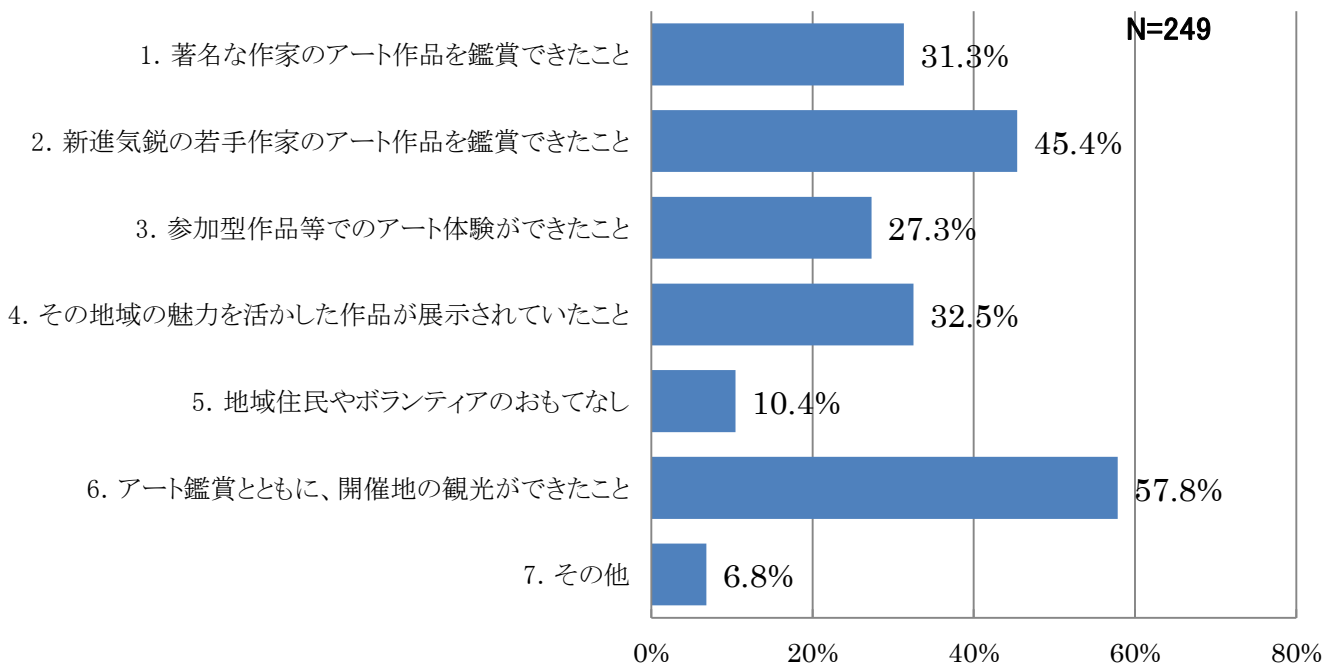
問2-1. 行ったことがある芸術祭の名称をご入力ください。

- ・瀬戸内国際芸術祭      ・神戸ビエンナーレ      ・六甲ミーツ・アート
- ・横浜トリエンナーレ      ・大地の芸術祭 越後妻有アートトリエンナーレ

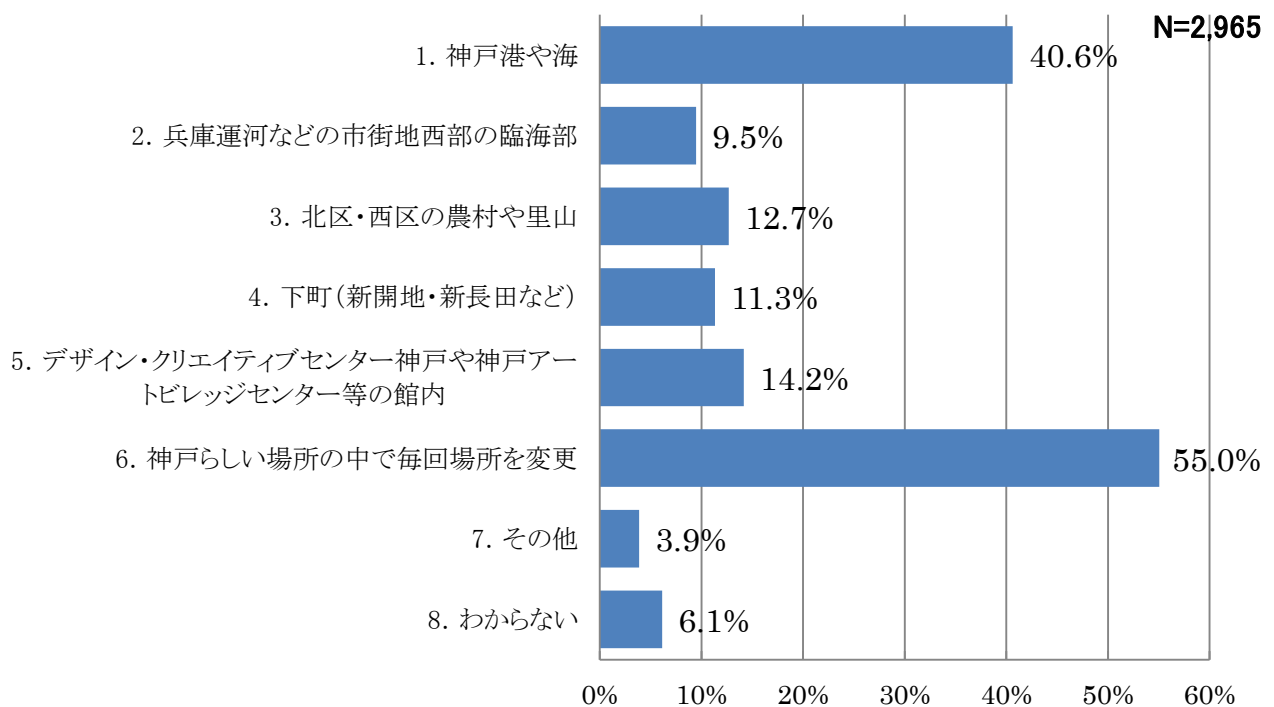
全210件

【問2で「行ったことがある」と回答した方のみ】

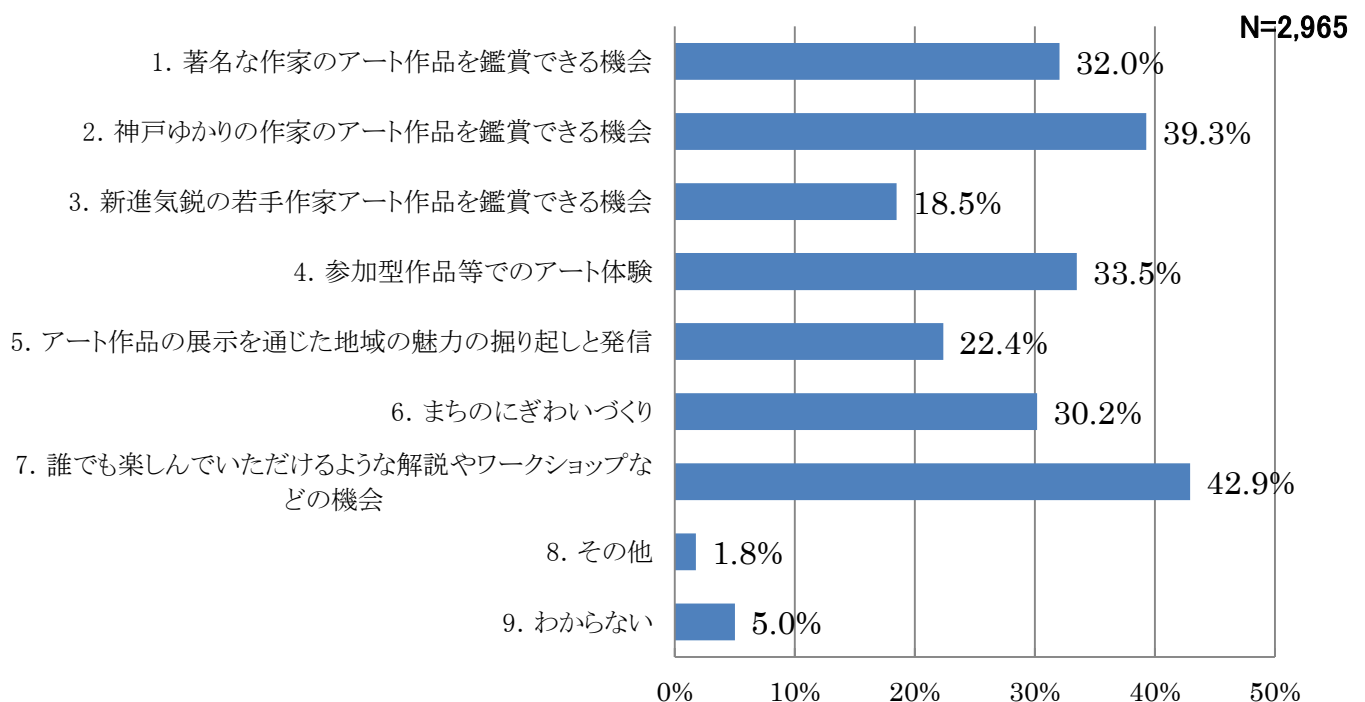
問2-2. 来場されて良かった、満足だと思うところはどのようなことでしたか(該当するもの全て)。



**問3. 今後、神戸で芸術祭を開催するとすれば、どのような場所で開催してほしいですか  
(該当するもの全て)。**



**問4. 今後の芸術祭には何を望まれますか。あてはまるものを3つまで選択してください。**



**問5. 芸術祭について、ご意見・ご感想があれば、ご入力ください。**

- ・子どもから高齢者までが楽しめるような芸術祭が嬉しいです。
- ・興味がない人にも来てもらえるような参加型のものやワークショップなど楽しめるものを工夫してもらいたい。
- ・他の都市との差別化を図ることができる、神戸らしさが感じられる芸術祭の開催を望みます。

- 幅広い広報活動を行ってほしい。
- 詳しいわけではないので、特徴や評価するところの解説をわかりやすく、読みやすくしたものを作品につけてほしい。
- 若手の芸術家を育成する場となれば、街に元気が出ると思います。
- 忙しい日本人は芸術鑑賞や感激などの機会が本当に少ないと思います。何かとコラボするなどPR方法を工夫して芸術をもっと身近に感じ気軽に楽しめる環境づくりに力を入れてほしい。
- 開催内容などがわかりづらい。

全590件