令和５年度　アーツ前橋事業評価調書

資料　2-(1)

基本事項

事業名	**開館10周年記念　ニューホライズン　歴史から未来へ**
会期	2023/10/14-2024/2/12　98日
開館日数	98 日間
会場（ギャラリー）	アーツ前橋と中心市街地
実施方式	04その他
観覧料	一般　1,500 円 割引　1,000 円
出品点数	90点
担当者	芸術監督：南條史生　キュレーター：宮本武典、有馬恵子、辻瑞生、高橋由佳　広報：酒井大樹、石井令奈　ほかアーツ前橋職員
目的（一覧表）	開館以来、展覧会だけでなく多くの地域アートプロジェクトを実施してきたアーツ前橋の開館10周年記念展として、市民とアーティストの協働をさらに拡充し、人工知能やARなどテクノロジーを用いた作品、イマーシブな映像インスタレーション、次代を担う若手アーティストの作品等を館内外に展開し、「街とアートの融合」を図る。
キーワード	国際性と地域性、テクノロジー、ストリート、建築、デザイン、パフォーマンス
他団体との連携（共催、協力等）	中心商店街、百貨店等との連携による街なかでの展示・パフォーマンス 実行委員会（商工会議所、中心商店街協同組合、観光コンベンション協会、まちづくり公社等）を組織

参加作家

レフィーク・アナドール	アンドリュー・ピンクリー	ザドック・ベン＝デイヴィッド	蔡國強	オラファー・エリアソン	五木田智央	ハシグチリンタロウ	袴田京太朗
井田幸昌	川内理香子	木原共	蜷川実花	マッド・ドッグ・ジョーンズ	マームとジプシー	松山智一	村田峰紀
岡田菜美	関口光太郎	スプツニ子！	ジェームズ・タレル	武田鉄平	ビル・ヴィオラ	WOW	山口歴
横山奈美	403architecture [daijiba]	石多未知行	ザ・フォックス・ザ・フォルクス	デサイドキット	ランペイジズ・プロダクション	MUJI for Public Space in Maebashi	

関連イベント

群馬県庁プロジェクションマッピング　10/27、28、29　マームとジプシー 演劇公演　10/28、29、12/23、24　村田峰紀 路上パフォーマンス　10/14、11/3、4、5
関口光太郎公開ワークショップ　11/11、25　良品計画1dayワークショップ　11/23　木原共 ARワークショップ　11/25
南條史生特別館長のナイトミュージアムツアー　12/1、1/12　石多未知行 映像ワークショップ　1/20
キュレーターによる街なか作品解説ツアー　10/22, 11/, 19, 12/3, 17, 1/7, 21, 2/4　周辺の現代建築と白井屋ホテルのアートをめぐるツアー　10/24, 11/7, 21, 12/5, 19, 1/16, 30

①投入（支出）・③結果（収入）

印刷物等

ポスター（B2）	チラシ（A4）	館内マップ	セルフガイド	リーフレット	図録
2,000部	82,000 部	30,000 部			1,500 部

収入／支出

	収入（A）	支出（B）	収支比率（A）／（B）	入館者一人当たりコスト	収入内訳 観覧料	収入内訳 助成金	収入内訳 他
予算	88,000,000 円	88,000,000 円	100.0%	#DIV/0!	10,000,000 円	22,000,000 円	30,000,000 円
決算見込	124,600,000 円	124,600,000 円	100.0%	2,853 円	9,909,000 円	23,000,000 円	47,706,000 円
差額	36,600,000 円	36,600,000 円		－	-91,000 円	1,000,000 円	17,706,000 円
予算／決算	141.6%	141.6%	100.0%	#DIV/0!	99%	105%	159%

②内容・活動

〔②内容〕
事業の概要

〔②活動〕
主な取組（手段）の結果
・メディア等広報実績
・新たな試み
　図録
　関連イベント
　助成　など
●指標
　来館者反応
　手ごたえ
　アンケート

事業の概要（転記）	開館10周年記念展として、美術館内にとどまらず前橋市の中心市街地にも多数のアートを展開し、変容する都市とアートをめぐる新たな挑戦として開催した。ユニークな海外作家や、新たな表現を切り開く日本の若手作家など30組が出品したほか、群馬県庁でのプロジェクション・マッピングや演劇公演、ワークショップ、ナイトミュージアムツアー、館外の会場や建築群をめぐるツアーなど多彩な関連イベントも実施した。
・広報戦略 ・新たな試み（転記）	・市定例記者会見のほかに、東京都内（都市センターホテル）での記者会見を実施し、大手新聞・美術メディア等への発信を強化 ・若年層の利用率が高いインスタグラム広告を配信して集客を図るほか、ライブ配信等、SNS配信の強化 ・インフルエンサー（芸能人、モデル、美術ブロガー等）の招致による情報拡散の促進 ・前橋駅・高崎駅・道の駅まえばし赤城等でのサイネージ広告による市内外の来館促進
広報実績［新規掲載や効果が大きかった媒体など、特別な案件］	・上毛新聞、群馬テレビ、MHK前橋放送局等の地域媒体のほか、全国紙でも展評・紹介記事が掲載 ・美術手帖、TOKYO ART BEAT等の美術メディア、Casa BRUTUS等のカルチャーメディアでの掲載 ・館のインスタグラムは会期中にフォロワーが約1000人増加、リーチ数22万人（主にインスタ公告による）

③結果

入場者数(参考数値)
上段：人数（人）
下段：割合（%）
※色付きは有料観覧者

一般	学生	65才以上	団体	高校生以下	招待券	割引等	他	イベント	館外	合計（人）	日平均（人）
6,028	493	510	35	1,085	1,527	1,000	542	9,223	23,237	43,680	446
13.8%	1.1%	1.2%	0.1%	2.5%	3.5%	2.3%	1.2%	21.1%	53.2%		

一般指標

指標	目標値	達成値	達成率	特記事項
入場・参加者数	人	43,680 人	#DIV/0! %	
展覧会満足度	%	93.0 %	pt	アンケートに、「満足」、「やや満足」と記入があった割合（無回答を除く）

令和5年度　アーツ前橋事業評価調書(2)

③結果	事業名	**開館10周年記念　ニューホライズン　歴史から未来へ**	
	進捗管理 ［スケジュール観］	Ⓐ概ね円滑に進んだ(準備期間5か月と非常にタイトなスケジュールだったが、遅滞なく開幕できた) B.遅延気味であった	
④成果	〔④成果〕 一覧表の「目標」に対する結果 ・観覧者層のターゲット ・ねらい	観覧者層のターゲット	前橋市内外のアート愛好者、20～40代
		成果	観覧者数合計約4万4千人のうち、アンケート結果から推測される年代は20代が約8,500人、50代が約7,500人、40代が約7,200人と続いており、ターゲットとした年代も多く訪れた。 また、アンケートによる満足度では約93%の方が満足と答え、市外からの観覧者も約65%であったことから、多くの市外の方に本事業のの魅力を発信できたのではないかと考えられる。
		ねらい1 (転記)	(国際的、技術的に)最先端のアートに触れてもらう。
		成果	アンケートによると、AIやデジタル技術を使った作品への評価が高く、世界的に活躍している作家の作品への関心も高かった。
		ねらい2 (転記)	街なかにアートを展開することで回遊性を生み出す。
		成果	アーツを含め徒歩圏内6会場を展示場所とすることで、回遊性を生み出すことに成功し、商店街や飲食店等から売上増につながったとの声を多数いただいた。
⑤波及効果	個別評価 ※記入日を()内に入れてください ※概ね1年経過毎に再確認して修正	＜1～6は、記入項目の例・無い場合は削除。独自の評価項目の設定可。記入日を記載＞ 1参加作家のその後の活動を評価　⇒後日、記入 2. アーツの事業に対して、誰がどのような価値を見出したのかを評価　⇒後日、記入 3. 事業関係者(作家、運営、イベント参加者、地域住民)たちとの間で生まれた交流やその後の関係性の構築を評価 ⇒館外で作品を制作・設置した海外作家や前橋にゆかりのある作家と、商店街関係者や地域住民との交流が生まれた。 4. 事業の実施に伴う波及効果　⇒後日、記入 5. 地域資源の活用という点での効果 ⇒HOWZEビル、まえばしガレリア、白井屋ホテル、スズラン前橋店等、地域の歴史的記憶につながる建造物を会場としたほか、中央通り等の商店街にも作品を設置し、人的交流を生み出した。 6. 意図せざる(思わぬ)効果　⇒後日、記入	
自己評価（担当者）	効率性　①:③ 事業が効率的だったといえるか	1.非常に良い　2.良い　Ⓢ3普通　4.劣る	
	合目的性　②:④ 事業の目的を達成したといえるか	1.非常に良い　2.良い　Ⓢ3普通　4.劣る	
	事業の将来性　②:⑤ 館の事業に対し将来性があるか	1.非常に良い　Ⓢ2良い　3.普通　4.劣る	
	社会的将来性　③:⑤ 社会への影響に将来性があるか	1.非常に良い　Ⓢ2良い　3.普通　4.劣る	
	課題・改善点	・開館以来前例のない規模での展示を館外会場を含めて実施することとなり、安全性を含めて準備を進めていく中で、設営や監視業務等に係る費用が膨らむこととなった。5月の新体制発足後の急ピッチな準備・実施となったが、今後同様に館内外で広く事業展開する際、より綿密な計画を立てた上での適切な予算執行が必要である。 ・急ピッチな準備を進めていく中で、市の情報システムを共有できない学芸のプロジェクトチームと事務職員との情報共有が円滑に進まない面があった。学芸体制の改善とともに、こまめな情報共有の工夫を心がける。 ・広報について、メディアの反響が大きく、広報担当者の作業負担が増大した。また、特別館長の事務所広報担当者と連携しての広報となったが、今後の大規模な企画展に備えて、事前の広報計画や役割分担等を再検討する必要がある。	
引継ぎ事項 (特記事項)			
コメント・意見		館長 副館長	当初予算よりも大きい規模の展覧会となったが、多くなった予算規模に対し、国の交付金や県補助金、民間の助成金、企業協賛やふるさと納税、クラウドファンディングなどの調達を行うとともに、入館料もアーツ前橋としては過去最大の収入となるなど、一般財源の持ち出しを限りなく抑え、館内展示のほか館外の作品鑑賞、まちなか回遊など、10周年記念展に相応しい形で終了することができた。展示内容については、アンケートからも賛否はあるが、今後も、前橋の地域性を鑑みながら、今、この場所で、このタイミングで開催する意義を考えながら展覧会の企画を行っていきたい。
		運営 評議会	

最終更新日：R6.3.15