



札幌国際芸術祭2024 実施概要

2024/7/22 札幌国際芸術祭実行委員会

SIAF2024 実施概要

1 会期

令和6年1月20日から2月25日までの37日間（※1）。

2 ディレクター

小川 秀明（アルスエレクトロニカ・フューチャーラボ共同代表／アーティスト）

3 会場

主要会場は6か所（※2）とし、これらを2つの軸（展覧会プログラム）に分けて設計。

4 参加アーティスト

18の国と地域から84組が参加。

5 イベント・プロジェクトの実施件数

主催・共催イベント77件、公募プロジェクト13件、連携プロジェクト15件

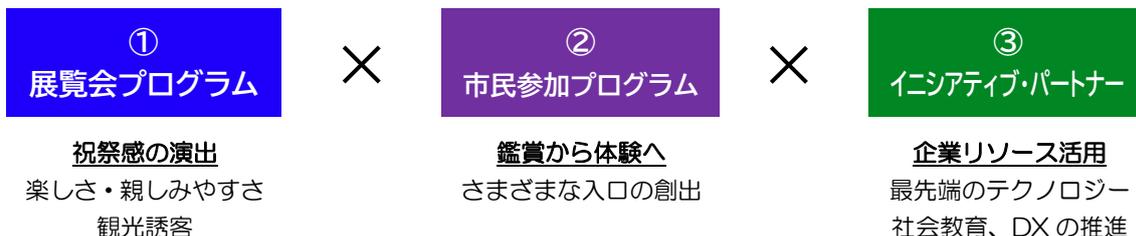
6 テーマ 「LAST SNOW」

アート、テクノロジー、サイエンスが交差する新しい表現や先進的なアイデアを持つ作品、プロジェクトを紹介しながら、変容する社会や地球規模の気候変動の影響を受ける未来に向けた創造・行動を呼びかけた。

7 サブテーマ

はじまりの雪（日本語）、Where the Future Begins（英語）、^{ウパッテ}Upaste（アイヌ語）

8 展開方針



9 来場者数

356,784人

10 チケット売上

41,214,050円（26,219枚）



SIAF2024 ロゴ

※1 札幌芸術の森：12月16日から3月3日まで。さっぽろ雪まつり大通2丁目会場：2月4日から2月11日まで。

※2 東1丁目劇場施設、北海道立近代美術館、札幌芸術の森美術館、札幌文化芸術交流センターSCARTS、モエリ沼公園、さっぽろ雪まつり大通2丁目会場。

市民参加プログラム ① [SIAF スクール]

SIAF スクール

様々な世代、分野、コミュニティに対応した参加型のプログラムを入口として、未来に向けた創造的な活動を触発することを目的に、発見・体験・学びの場を提供し、SIAF が未来の学校として機能するためのプロジェクトを展開した。

学校教育と連携

つながる×ひろがる×学校

- ・ アーティストが札幌市内の小学校 12 校を訪問し、853 名の児童に対して、プログラミングで自分だけの雪の結晶を作るワークショップを実施。制作した雪の結晶は未来劇場で展示した。
→ワークショップに参加した児童 554 名を未来劇場に招待。
- ・ 企業連携の一環として、無印良品の店舗でもワークショップを実施。



2種の展覧会ボランティアと連携

ふむふむプロジェクト

- ・ 会場案内や来場者のおもてなし等を担う「ふむふむサポーター」と、展示会場でのガイドプログラムを通して来場者の体験をサポートし、来場者と作品のつなぎ役となる「ふむふむガイド」を募集。養成研修を行ったうえで、サポーターやガイドとして活動していただいた。

サポーター最終登録者数 230 名
 ガイド最終登録者数 42 名
 未来劇場ガイドツアー参加者数 506 名

○申込から活動まで



※会期中の活動内容はその日によって変動します

市民参加プログラム ② [公募・連携プロジェクト]

■ 公募プロジェクト「みんなでウパシテ！」

SIAF2024 とともに「未来」を考え、札幌のまちを盛り上げる民間団体主催のイベントやフェア等を募集して実施（公募認定方式）

- ・ プロジェクト数 13 件
- ・ 延べ来場者数 9,293 名（見学含む）



▲茶廊法邑《みんなと MAYAMAXX 展》



▲北海道科学大学《北海道鉄道×メディアアート
Exhibition2024～札幌から北海道の未来を創造する！アート
は未来を創造する力がある！～》

■ 連携プロジェクト

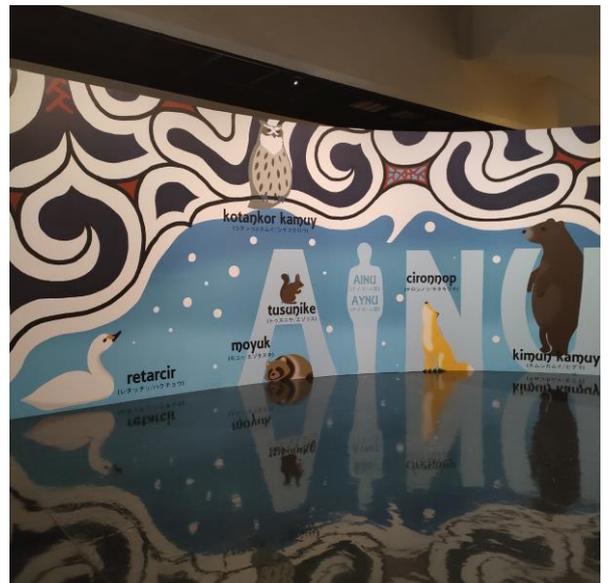
SIAF2024 と同時期に札幌及び近郊で開催される SIAF2024 のテーマに賛同する行政系文化団体主催のイベントやフェア等と連携。

- ・ プロジェクト数 15 件
- ・ 延べ来場者数 88,217 名

（札幌大通地下ギャラリー500m美術館で展開した2つのプロジェクトの来場者については、場所の性質上、通行者数をもとに推計していることから除く）



▲本郷新記念札幌彫刻美術館《さっぽろ雪像彫刻展》



▲北海道立近代美術館《AINU ART-モレウのうた》

SIAF2024 では、テーマやコンセプトに共鳴し、共に社会課題へ向き合い、未来志向で解決に取り組むことを目指す企業と、企画や準備の段階から連携・協力して、様々な取り組みを行った。

SIAF2024 における取組みの例

- 最先端のテクノロジーを活用したメディアアート展示
- 創造性を醸成するクリエイティブ教育
- チケットシステムや検証におけるデジタル技術の活用 等

株式会社
良品計画



SONY

未来のあたりまえをつくる。

DNP

paramatix

WIRED

startbahn

NIKKEN
EXPERIENCE, INTEGRATED

企業版ふるさと納税の活用

企業からの寄附金受入にあたっては、最大で寄附額の9割が軽減される

「企業版ふるさと納税」を積極的に活用した。

※ 本社が札幌市以外に所在し、10万円以上の寄附が対象

企業が持つリソースとSIAF（アート）が持つ可能性を接合することで、新たな創造性を醸成するとともに、持続可能な文化事業の在り方を模索。

広報展開

SIAF2024 では、芸術祭の「市民浸透」を最重要課題として開催し、広く市民に SIAF を周知し、多くの市民に足を運んでもらうことを意識した広報を展開した。

中でも、目に触れやすい象徴的なスペース等の空間を広く使った露出を重点的に行った。

1 広報物の制作・発行

- ・ フライヤー、リーフレット、ポスター等による開催告知。
- ・ 会場ごとのガイドブックを発行。
→ SIAF2024 の基本情報や各会場のプログラム等を紹介。



▲会場ガイドブック



▲SIAF2024 コミュニケーター ○さん

SIAF2024 の様々なところに登場し、「SIAF2024 にて体験できること」のヒントを紹介した小川絵美子氏によるキャラクター。名前の読み方は「まるさん」。

2 特設ウェブサイトの運用

- ・ 令和5年4月から特設ウェブサイトを公開。
- ・ SIAF2024 に関する様々な情報を掲載し、グルメ情報やマップなど、会場間の周遊を促進するためのコンテンツも掲載した。



▲Web サイトトップページ

3 SNS 運用

- ・ X (旧 Twitter)、Instagram、Facebook、YouTube の SIAF 公式アカウントにて、会期前から定期的な投稿を継続した。
- ・ 会期中の認知度向上やイベントの参加者募集のため、SNS 広告の出稿も行った。

4 広告出稿

- ・ 令和5年10月から、道内のテレビ5局、ラジオ4局にてCMの放送を行った。
- ・ 会期直前から会期中にかけて、多くの市民の目に留まるよう、地下鉄大通駅及びさっぽろ駅を中心に、壁面広告や柱巻き広告、デジタルサイネージでのPR動画の放映等を行った。



▲地下歩行空間の柱巻き広告



▲札幌駅の壁面広告