

# 札幌国際芸術祭2024 検証資料

2024/7/22 札幌国際芸術祭実行委員会

# 目次

1 全体像から	
(1) 来場者数	
ア 会場別集計	P1
イ 居住地・年代別集計	P2
(2) SIAFへの初参加促進状況	P2
(3) 認知度	P3
(4) 満足度・再訪意向	P3
(5) 作品解説や印刷物の参考度合	P4
2 広報展開から	P5
3 市民参加プログラムから	
(1) SIAFスクール	
ア ふむふむプロジェクト	P6
イ つながる×ひろがる×学校	P7
(2) 公募・連携プロジェクト	P7
4 イニシアティブ・パートナーについて	P8
5 札幌の冬の魅力を意識した展開	P9

※ この検証資料は、札幌国際芸術祭実行委員会事務局が検証業務を委託したシンクタンク（株式会社道銀地域総合研究所）による分析結果を抜粋して作成しております。  
なお、上記検証結果を受けて、次回SIAFに向けて事務局が考える課題等は、青文字で記載しております。

# SIAF2024 検証

## 1 全体像から

### (1) 来場者数（延べ数、単位：人）

#### ア 会場別集計

※ 以下の枠内は、検証の前提として事務局が設計した。

SIAF2024 は、初の冬開催であることから、来場者が安全に、また、満足度の高い鑑賞ができるかという視点を考慮し、前回と比べ会期日数（37 日間）や、会場数は絞り込んでの開催とし、さっぽろ雪まつり大通り 2 丁目会場を除いた主要 5 会場（未来劇場・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、モエレ沼公園）の来場者見込みを約 70,000 人と計画してきた。

そして、雪まつり会場については単に通行する人数ではなく、一定時間足を止めて鑑賞いただいた方の数を把握することとし、それぞれを合計した数を、最終的な来場者数とする計画してきた。

会 場	来場者数
未来劇場（東 1 丁目劇場施設）	22,972
北海道立近代美術館	13,731
札幌芸術の森美術館	16,803
札幌文化芸術交流センター SCARTS <sup>※1</sup>	32,865
モエレ沼公園 <sup>※2</sup>	8,720
さっぽろ雪まつり大通 2 丁目会場	246,820
地下公園プロジェクト <sup>※3</sup>	11,079
札幌市資料館 SIAF ラウンジ	2,221
SIAF ラボ（北海道大学 VR シアター連携展示）	280
イベント（会期中）	1,293
延べ来場者数	<b>356,784</b>

雪まつり大通 2 丁目会場  
以外の主要会場 5 か所の  
合計 **95,091**

※1 SCARTS は、最大値の SCARTS コート（INTO SIGHT）の来場者数で計上。

※2 モエレ沼公園は、最大値の未来の運動会ルームの来場者数で計上。

※3 「Climatic Reflector」「知られざる札幌の地下をめぐるツアー」「ローカル・クリエイターズ・エキシビション」「冬のチ・カ・ホのホイクシツ」「0.0.T.C. presents “Underground Park”」の企画の来場者の合計。

#### ■雪まつり大通2丁目会場

来場者数については、イニシアティブ・パートナーである大日本印刷株式会社のデジタル技術を活用することにより、来場者の滞在時間の把握を初めて試みたところ。

雪まつり実行委員会発表の大通会場に係る来場者数 176 万人に、作品をしっかり鑑賞したと考えられる 2 丁目会場を 30 分～60 分滞在した人の割合（14%）を掛け、「芸術祭の会場をしっかり体験した人数」として 246,820 人と算出。

#### ■その他の主要会場

来場者数は 95,091 人と、見込の約 70,000 人から約 35% の増加。

1会場の1日あたりの来場者数は、335 人であった SIAF2017 ((プロジェクトを除く) 20 会場、会期 57 日間で 381,697 人が来場) と比べ、約 1.5 倍の約 514 人に増加。

## イ 居住地・年代別集計 ※すべて来場者アンケート(雪まつり会場を除く)の結果を基に作成

居住地別	年代別
札幌市民：67.0%	10代以下：7.6%
日本国内：16.1%	20代：26.4%
北海道内：14.1%	30代：17.1%
海 外： 2.9%	40代：20.3%
	50代：18.7%
	60代以上：9.9%

- 札幌市民の割合は、SIAF2017は60.7%であったが、SIAF2024では67.0%に増加。
- 20代の参加者が全年代で最多の26.4%。



シンクタンク

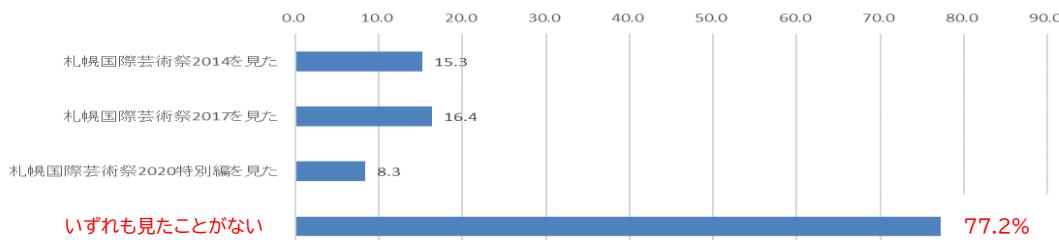
- 1日あたりの来場者数の増加も相まって市民参加を促進できたと考えられる。
- 20代の参加者が最も多い点は、今後の芸術祭の市民浸透を考えた上で非常に大きな意味を持っていると考えられる。

事務局

このような若年層の高い興味・関心を持続させていくことが今後の課題。

## (2) SIAFへの初参加促進状況

【来場者アンケートより】過去のSIAFをご覧になったことはありますか。（複数回答可）



過去のSIAFに参加したことのない層が全体の77%強を占めた。



シンクタンク

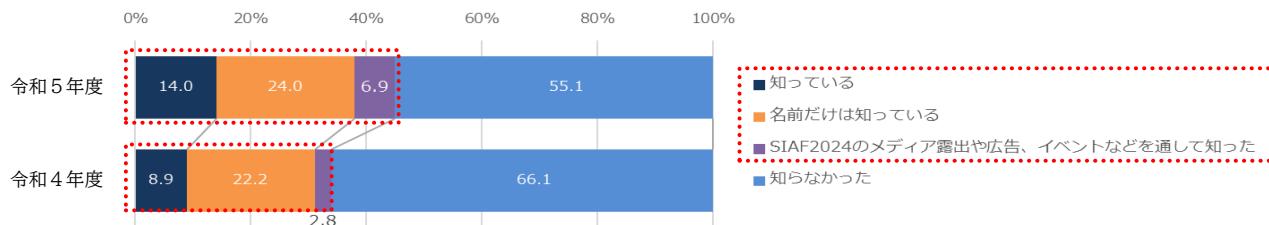
- SIAF2024は新規関心層の獲得という点で成果があつたと言える。

事務局

次回以降は、今回来場した新規関心層が継続的に足を運ぶための工夫を考えていく必要がある。

### (3) 認知度

【市民アンケートより】札幌国際芸術祭（SIAF）を知っていますか。



認知度（赤枠で囲んだ部分の合計値）：令和4年度 33.9% → 令和5年度 44.9% (11 ポイントの増)

参考：SIAF 認知度についての文化意識調査結果（札幌市実施）

令和2年度 33.2% → 令和4年度 23.9% → 令和5年度 50.7%

シンクタンク



・SIAFの認知度が大きく高まっているが、「知っているが行ったことがない」という層が次回開催時には初めて参加してくれるよう、関心を高めていくことが期待される。

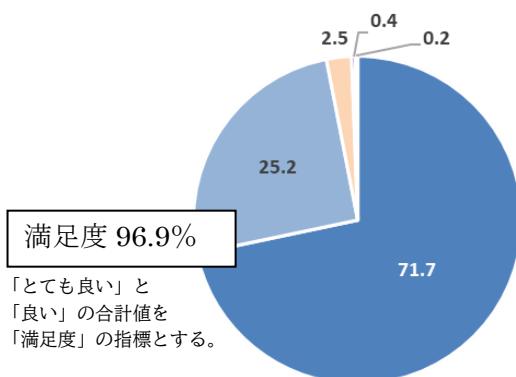
事務局

SIAF開催年以外の年に認知度は落ち込む傾向があるため、この認知度を低下させない継続的な取り組みを検討して実施していく必要がある。

### (4) 満足度・再訪意向

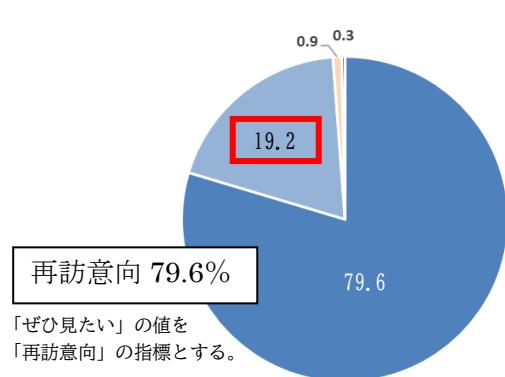
【来場者アンケートより】

展覧会をご覧いただいているかがでしたか。



【来場者アンケートより】

このような展覧会をまた見たいですか。



■とても良い ■良い ■どちらとも言えない ■あまり良くない ■良くない

■ぜひとも見たい ■内容によっては見たい ■どちらとも言えない ■見たくない

・満足度は9割強、再訪意向は8割弱を占めた。

・どの会場で実施したアンケートでも肯定的な受け止めの割合が高い結果となり、中でも、未来劇場で実施したアンケート結果において、特に高評価を得られた。



シンクタンク

- ・ 東1丁目劇場施設を展示空間に転換し、劇場特有の舞台、奈落、楽屋、客席を余すことなく活用したこと。
- ・ 分かり易さを心掛けながら、メディアアートをメインとする作品構成としたこと。
- ・ テーマ「LAST SNOW」に呼応して未来を見据えた社会課題について、来場者に深い問い合わせを投げかける構成としたこと。

以上3点の小川ディレクターの設計が大きく影響していることが考えられる。

- ・ SCARTS で展開した「INTO SIGHT」を高く評価した回答も多数有り。

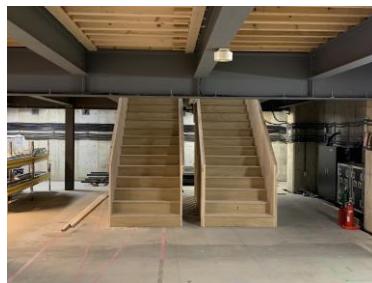
シンクタンク



- ・ アンケート結果から類推すると、市中心部や公共空間という特性のある会場に、いわゆる「SNS 映え」するメディアアート作品を展開したことが、SIAF を目的に外出していない人も惹き付けたことや、来場者が SNS に投稿したことによる拡散及び集客の効果も合わせて、市民の来場促進にも影響があったと考えられる。



▲未来劇場の舞台工事の様子



▲舞台下の奈落も工事して展示スペースに。



▲SCARTS での展示 SONY × 平川紀道《Into Sight》

事務局

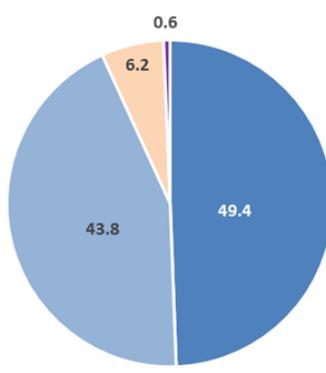
「内容によっては見たい」と回答した2割弱の層を、再訪につなげるための展示を展開することができるか否かが次回のポイントになると考える。

## (5) 作品解説や印刷物の参考度合

【来場者アンケートより】展覧会の作品解説や印刷物などは鑑賞の参考になりましたか。

「肯定」 93.2%

「大変参考になった」と  
「参考になった」の合計値を  
「肯定」の指標とする。



■大変参考になった ■参考になった ■どちらとも言えない ■参考にならなかった



▲未来劇場のキャッシュオン

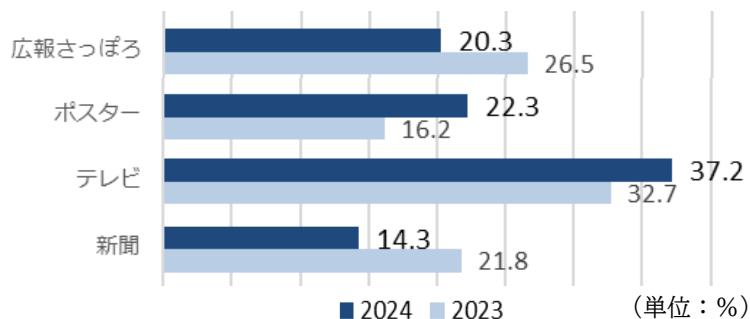
## 2 広報展開から

SIAF2024 に関するアンケートを実施したところ、その効果についてアンケートを実施、以下の回答を得た。

### アンケート結果

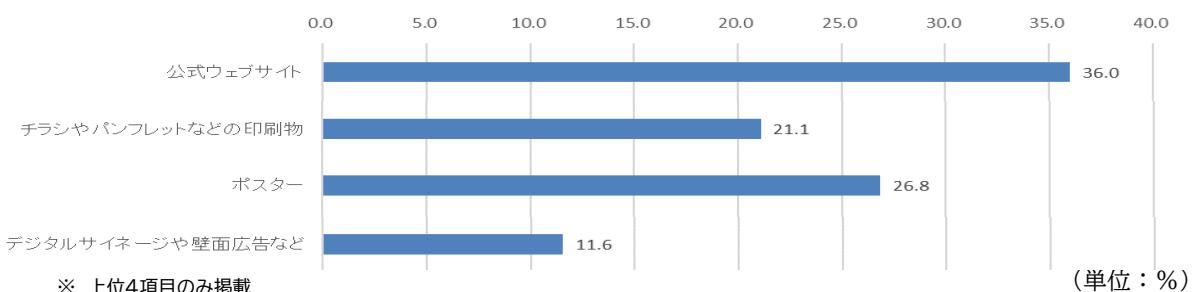
#### 【市民アンケートQ3より（回答抜粋）】

札幌国際芸術祭の情報をご覧になったことがある媒体について、あてはまるものをすべてお選びください。



#### 【来場者アンケートQ9より（回答抜粋）】

この展覧会を何で知りましたか。



- SIAF の情報を得た媒体ではテレビが最多で、以下、ポスター、広報さっぽろが続く。

「来場者が展覧会を認知した媒体」は、公式ウェブサイトが最多で、ポスター、チラシ・パンフレット等が続く。

- 市内中心部の限られた場所でのみ展開したものでありながら、「デジタルサイネージ」や「壁面広告」の回答割合が、比較的高くなかった。



シンクタンク

- 都市部での様々な媒体での露出展開が、そのエリアの行動範囲とする市民等にリーチし、全体の認知度向上の底上げにつながっていたと考えられる。



▲デジタルサイネージ広告

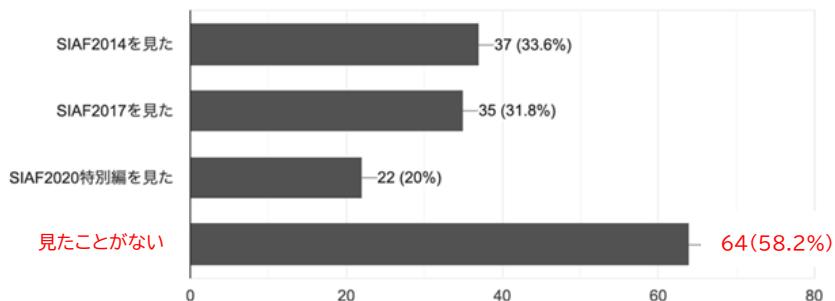
### 3 市民参加プログラムから

#### (1) SIAF スクール

##### ア ふむふむプロジェクト

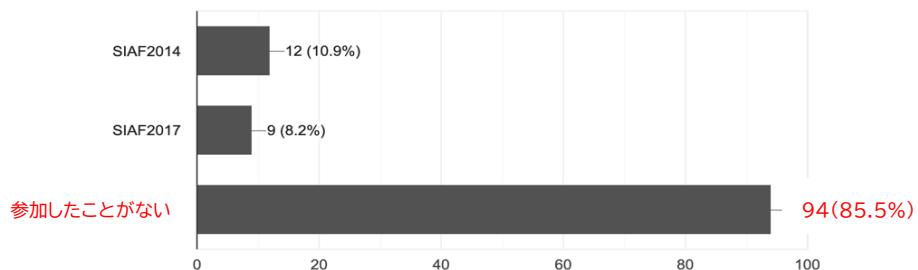
【ふむふむサポーター登録者アンケートより】過去の SIAF をご覧になったことはありますか？（複数回答可）

110 件の回答



【ふむふむサポーター登録者アンケートより】過去の SIAF のサポート活動に参加したことはありますか？

110 件の回答



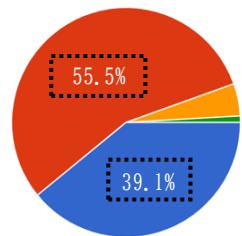
「過去の SIAF のサポート活動未経験者」が 8 割強



元々の SIAF 関心層だけではなく、ほとんど関わりがなかった人も、「ふむふむサポーター」として参加した。

【ふむふむサポーター登録者アンケートより】次回の SIAF で同様の活動があれば参加したいですか？

110 件の回答



「ほとんどの参加者が次回参加に前向き



プロジェクトを通して次回 SIAF への参画意向が強まっている。

シンクタンク

・元々は SIAF に関わりの薄かった層が、ふむふむプロジェクトを通じて SIAF についての理解を深め、SIAF を伝える役割を通じて、より多くの SIAF 理解者を増やしていくといった流れが作られていることは、評価に値するだろう。

## イ つながる×ひろがる×学校

- ・ 12 の小学校の 853 名の児童に出前授業を実施。
- ・ 実施回ごとにアンケートを実施した結果、「SIAF に行ってみたいですか」の問い合わせに 9割以上の児童が“行きたい”と回答。
- ・ 小学生（554 名）を未来劇場へ招待。

シンクタンク



- ・ 子どもたちは SIAF2024 をより深く体感したものと考えられる。
- ・ 子どものころから SIAF に触れることで長期に渡って文化芸術との距離の近い感性を培っていくことができるだけでなく、子どもが率先して関わることで、その保護者や家族も一緒に SIAF に参加するきっかけづくりになった。



▲自分で雪の結晶をプログラミングで作成。



▲出前授業の様子

シンクタンク

- ・ 「ふむふむプロジェクト」と「つながる×ひろがる×学校」の2つのプロジェクトは、芸術に関心の高いコア層のみならず、広く市民が主体的に SIAF に関わり、自分事としていくための仕組みとして機能したと言え、今後の発展的展開が期待ができるものと考えられる。

## (2) 公募・連携プロジェクト

公募・連携プロジェクト＝市内の芸術関係者が主体的に SIAF に参画する体制を構築。

シンクタンク



- ・ 連携した芸術関係者の取組がより広く発信。
- ・ それまでつながりが薄かった芸術関係者間の認知や理解が進み、SIAF と市内芸術関係者間のみならず、芸術関係者同士が繋がる機会にもなっていたことが、実施後のアンケートから窺える。



▲大丸藤井セントラル 《雪に願いを－わたしたちの未来－》



▲芸森ワーザム 《ICE FOREST》

シンクタンク

- ・ 小川ディレクターが全ての公募・連携プロジェクトを見て回ったことも SIAF へのコミットメントを強めるという意味で効果があったと考えられる。

## 4 イニシアティブ・パートナーについて

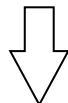
### 「イニシアティブ・パートナー」の参画による成果

#### シンクタンク

- ・各社の保有する技術やノウハウが、芸術祭の展示やコミュニケーション、運営等に活かしてもらうことにより、行政だけでは成し得ないことを実現できた。

#### 事務局

地元協賛社からの協賛金やイニシアティブ・パートナーからの寄附金の一部により、「つながる×ひろがる×学校」における、子どもたちの招待プログラムや、障がい者鑑賞プログラム、車いす利用者向けの階段昇降機対応等、当初予算に見込んでいなかったプロジェクトを実現。

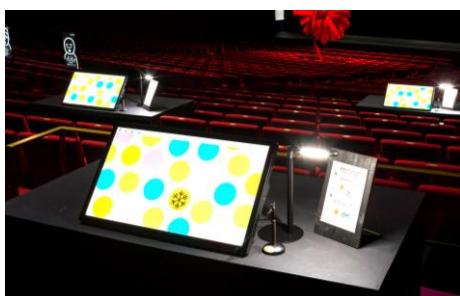


#### 事務局

イニシアティブ・パートナー制度は、SIAFの継続開催を進める上で重要な視点である「持続可能性」という点において意義があったほかに、単に協賛金を受けるという従来の関係性だけでなく、企業等の積極的な芸術祭参画という新しい形を示せた。

#### シンクタンク

- ・次回 SIAF に向けては、SIAF が本来提供していきたい価値や表現したいものと、企業にとってのメリット・参画意義をしっかりと把握した上で、相互にとって意味のある形にしていく必要がある。
- ・このため、企業との連携方法において、基本的な考え方などを整理し、企業側と認識を共有しやすいよう一定のルールを設置していくことなども検討していく必要がある。



## 5 札幌の冬の魅力を意識した展開（初の冬開催）

- ・ さっぽろ雪まつりと連携した展開
- ・ 雪を避けるために発展した地下空間に向き合う「地下公園プロジェクト」の実施
- ・ SIAF ラボの継続的な取り組み「冬の R&D」の雪国の都市と自然に関する展示
- ・ モエレ沼公園の雪原を舞台に、地域資源である雪を利用した「未来の札幌の運動会」



札幌の冬の魅力を活かした会場設定や寒冷な気候や雪を題材とした作品やプロジェクトを紹介することができた。

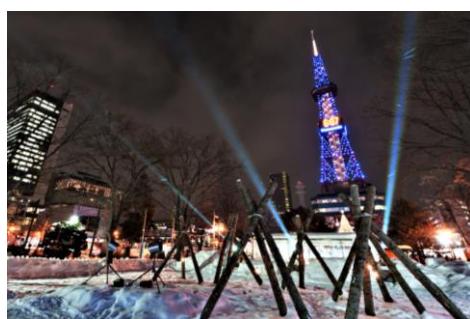


シンクタンク

- ・ 世界中で展開される芸術祭の中で、札幌で開催する価値を高めていくためには、「SIAF だからこその独自性」が重要であり、札幌の地域の特性として極めて重要な要素である「冬」にフォーカスをして展開できたことは独自性を構築する上で、非常に意味があったと考える。

事務局

課題として、降雪等の札幌の特徴をより強く発揮させ、また、安定的な運営への配慮を踏まえると夏季開催に比べ会期や会場が限定される。  
この課題への対応は引き続き検討していく必要がある。



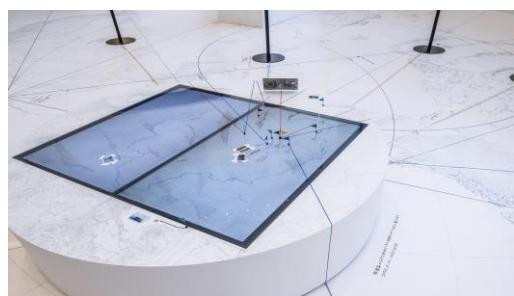
▲雪まつり会場での展示 斎藤精一《JIKU》



▲地下公園イベント《冬のチ・カ・ホのホイクシツ》



▲モエレ沼公園《未来の札幌の運動会》



▲SCARTS での展示 SIAF ラボ《都市と自然のラボラトリー》