



**ECHIGO-
TSUMARI**
ART FIELD 2022

越後妻有 大地の芸術祭 2022
総括報告書

2024 年9月

大地の芸術祭実行委員会

目次

はじめに	1
1 開催概要	2
(1) 開催概要	2
(2) 開催までの経緯	3
(3) ロゴ・メインビジュアル	4
2 収支状況	5
(1) 収支の状況	5
(2) 作品鑑賞パスポート等の販売実績	7
(3) 寄附金・協賛金・企業版ふるさと納税	8
(4) 助成金・補助金	9
3 来場者の動向	10
(1) 来場者数	10
(2) 宿泊動向	11
4 経済波及効果	12
5 運営体制	13
(1) 実行委員会体制	13
(2) 事務局体制	13
(3) 大地の芸術祭サポーターこへび隊	14
(4) 企業サポーター	15
(5) 行政職員の間わり	15
(6) 新潟県の支援	16
6 新型コロナウイルス感染拡大予防対策	18
(1) 「新型コロナウイルス感染拡大予防ガイドライン」の作成	18
(2) 検温スポットの設置、リストバンドの配布・装着	18
(3) 有事の際の対応体制構築・感染拡大状況に応じた事業の制限・中止のシミュレーション作成	18
7 作品・イベント	20
(1) 主要なプロジェクト	20
(2) 作品展開	21
(3) イベント・ワークショップ	22
8 食	23
9 オフィシャルグッズ	25
10 交通	26
(1) オフィシャルツアー	26
(2) セレクトバスツアー	27
(3) カスタマイズツアー	28
(4) レンタサイクル	29
(5) 渋滞・駐車場対策	30
11 案内体制	31
(1) 大地の芸術祭案内所	31
(2) サイン看板	32
12 広報	33
(1) 広報の方針	33
(2) 広報制作物	33

(3) 公式ホームページ・SNS	36
(4) 公式アプリ	38
(5) パブリシティ掲載(2022年1月~12月)	39
(6) 広告掲載	39
(7) 交通メディア	40
(8) 市町広報	41
(9) 企画発表会・各種PRイベント	41
13 地域のおもてなし	43
14 広域連携	44
15 視察等	45
(1) 視察の受け入れ	45
(2) 日本経済連合会 地域協創アクションプログラム	45
16 通年誘客	47
(1) 通年誘客の取組み	47
(2) NPO 法人越後妻有里山協働機構の取組み	48
17 インバウンド	51
18 総括	52
(1) 越後妻有 大地の芸術祭 2022 総括	52
(2) 今後の展望	52

はじめに

本報告書は、第8回展となった「越後妻有 大地の芸術祭 2022」の成果と課題を明瞭にし、それらを通年誘客や第9回展に向けてどのように生かしていくのかを検証し、関係者等に示すものである。

第8回展は、当初から掲げている「人間は自然に内包される」の基本理念のもと、この地域が厳しい自然環境の中で有史から経験し、育んできた文化や技術、その営みをアートを通じて世界に発信すべく、地域を構成する様々な要素や魅力について細やかに来訪者から楽しんでもらえることを目指して実施した。アート展開は、38の国と地域から263組の作家による333作品の設置・実施となった。また、新型コロナウイルス感染拡大の状況下による開催であることから、お客様はもとより迎え入れる地域住民や関連スタッフの安全・安心を最優先しながらも、お客様の満足度を高める運営を心掛けた。

なお、本報告書の作成にあたっては、各種数値データのほか第8回展の準備運営に関わった十日町市観光交流課、川西・中里・松代・松之山各支所の地域振興課、津南町地域振興課、共催団体である特定非営利活動法人越後妻有里山協働機構(以下、里山協働機構)、大地の芸術祭の業務委託先である株式会社アートフロントギャラリー、新潟県産業労働観光部観光局観光企画課、新潟県十日町地域振興局企画振興部地域振興課、一般社団法人十日町市観光協会から寄せられた意見、大地の芸術祭実行委員、作品設置集落・町内の代表者、会期中に開設した各案内所で来訪者を対象に実施したアンケート結果、公式バスツアーの利用者へのアンケート結果、大地の芸術祭による影響が大きいと予想された宿泊業・飲食業・ガソリンスタンド・コンビニエンスストアに対して行ったアンケート結果、そして地域のおもてなし事業である大地の芸術祭千客万来事業補助金を活用して来訪者の受け入れに取り組んだ団体からの意見など、多様な意見を検討材料として記述した。

本報告書の制作にご協力いただいた全ての皆様に感謝の意を表したい。

大地の芸術祭実行委員会



ジョン・クルメリング「hi 8 way」

1 開催概要

(1) 開催概要

名 称	越後妻有 大地の芸術祭 2022
会 期	2022年4月29日(金祝)～11月13日(日) 全145日 ※全期間を通じて火・水曜日は休み(GWは除く)
時 間	10:00～17:00(10・11月は10:00～16:00)
開 催 地	越後妻有地域(新潟県十日町市、津南町)760 km ²
ア ー ト 作 品 数	333点(うち新作123点)
参 加 ア ー テ ィ ス ト	38の国と地域263組(うち新作:13の国と地域95組)
主 催	大地の芸術祭実行委員会
共 催	NPO 法人越後妻有里山協働機構
実 行 委 員 長	関口芳史(十日町市長)
副 実 行 委 員 長	桑原悠(津南町長)
名 誉 実 行 委 員 長	花角英世(新潟県知事)
総 合 プ ロ デ ュ ー サ ー	福武総一郎 (株式会社ベネッセホールディングス名誉顧問/公益財団法人福武財団名誉理事長)
総 合 デ ィ レ ク タ ー	北川フラム(アートディレクター)
ク リ エ テ ィ ブ ・ デ ィ レ ク タ ー	佐藤卓(グラフィックデザイナー)
オ ー ジ ナ ル サ ポ ー タ ー リ ー ダ ー	高島宏平(オイシックス・ラ・大地株式会社 代表取締役社長)



2022年4月29日 開会式の様子

(2) 開催までの経緯

期日	項目	詳細
2020年 1月28日	新型コロナウイルス感染症の指定 感染症等への指定	政令により、新型コロナウイルスが感染症法に基づく指定感染症及び検疫法に基づく権益感染症に指定される。
2021年 3月6日	越後妻有 雪花火	新型コロナウイルス感染が収束しない中、新潟県民向けのイベントとして、人数制限などの対策を講じたうえで実施
3月12日	企画発表会(まつだい郷土資料館 ※オンラインライブ配信)	関口実行委員長が、コロナ禍でも大地の芸術祭を開催する旨を宣言し、新型コロナウイルス感染症対策の方針を発表
4月16日	本部会議(延期を決定)	新型コロナウイルス感染症の感染拡大状況を鑑みて協議を重ねた結果、開催を延期することを決定。またその旨を同日に発表した。
7月14日	本部会議 (翌年夏季の開催目標を決定)	2022年夏季の開催を目指すことを決定。さらに具体的な期日の発表については、11月を目途とすることを決定した。
7月22日	「今年の越後妻有」スタート	恒常的な文化活動としての誘客を図った。
12月21日	本部会議(会期を決定)	2022年は長期にわたる開催とすることを決定。大地の芸術祭が始まって以来、4月から11月までの初の長期間、かつ定休日を設けての開催とした。
2022年 2月8日	本部会議 (第9回展の開催を決定)	2023年度においての実行委員会の予算計上にあたり、第9回展の開催を2024年としたうえで3か年継続予算を組むことを決定した。
2月25日	本部会議及び実行委員会	本部会議にて「越後妻有 大地の芸術祭 2022」開催概要を審議、実行委員会委員へ伝達した。
3月24日	企画発表会	「越後妻有 大地の芸術祭 2022」の企画内容を発表した。



■「今年の越後妻有」メインビジュアル

■ 2022年3月24日 企画発表会



越後妻有会場(越後妻有文化ホール「段十ろう」)



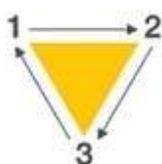
東京会場(渋谷ヒカリエ 8/)

(3) ロゴ・メインビジュアル

・トータルデザインとプロモーション戦略を進めるため、第5回展からクリエイティブディレクターに佐藤卓氏(佐藤卓デザイン事務所)を迎え、今回展も引き続き依頼した。

・メインビジュアル、およびサブビジュアルはフォトグラファーの川内倫子氏に依頼し、越後妻有の風景を撮影。その中から、クリエイティブ・ディレクター佐藤卓氏(株式会社 TSDO)が大地の生命力や躍動感が伝わってくる写真を選び、デザインを加えた。延期後はコロナ禍で開催する強いエネルギーを伝えようと、より生命力の強さを感じられる、子どもの遊ぶ姿が映った写真をメインビジュアルに変更。ポスターやチラシ、ホームページなど幅広く掲載した。

■公式ロゴ(シンボルマーク)



【続いていくかたち】

大地の芸術祭の開催周期と、「大地の芸術祭の里」の通年事業がこれからも続いていくかたち



【大地を指し示すかたち】

大地を指し示し、越後妻有がある場所やアートがある場所など「ここ」をポイントし、知らせてくれるかたち



【大地の芸術祭の里そのものを表すかたち】

「自然」「芸術」「人」という大地の芸術祭の里において最も重要な3つの柱を結んでできた、越後妻有のアートフィールドそのものを表しているかたち

■メインビジュアル(当初)



■メインビジュアル(延期開催決定後)



■サブビジュアル



2 収支状況

(1) 収支の状況

■歳入

(単位:千円)

項目		2019年度	2020年度	2021年度	2022年度	計
市・町	十日町市	34,904	34,954	34,904	0	104,762
	津南町	5,096	5,096	5,096	0	15,288
国庫補助金		56,872	72,840	76,700	55,174	261,586
寄附・協賛金		27,500	14,500	50,893	4,040	96,933
助成金		400	350	400	400	1,550
パスポート・鑑賞券収入		-	-	-	116,234	116,234
ツアー収入		-	-	-	2,500	2,500
その他収入	印刷物販売、 販売手数料等	228	100	7	1,013	1,348
計		125,000	127,840	168,000	179,361	600,201

■歳出

(単位:千円)

項目		2019年度	2020年度	2021年度	2022年度	計
ディレクター業務	北川フラム氏	5,000	5,000	8,000	7,000	25,000
運營業務	AFG	110,000	112,840	150,000	128,367	501,207
広報受入体制整備	十日町市観光 協会	10,000	10,000	10,000	12,997	42,997
施設使用料	パスポート入館 施設割戻金	0	0	0	30,997	30,997
書籍等購入費		0	0	0	0	0
計		125,000	127,840	168,000	179,361	600,201

【参考】寄附・協賛金の「大地の芸術祭基金」への積立(単位:千円) ※千円未満切り捨て

第8回展開催年度 (2018年度末時点)	第9回展開催年度 (2022年度末時点)
635	54,716

【参考】実行委員会以外の会計を含んだ全体事業費

(単位:千円)

項目	2019年度	2020年度	2021年度	2022年度	計
大地の芸術祭実行委員会予算	125,000	127,840	168,000	179,361	600,201
十日町市事業	113,979	284,299	99,130	106,542	603,950
越後妻有雪花火事業(文化庁)	24,044	33,143	-	-	57,187
縄文・里山文化による誘客促進事業 (地方創生推進交付金)	37,000	-	-	-	37,000
雪ふる里関係人口拡大事業 (地方創生推進交付金)	-	37,000	29,956	25,906	92,862
受入対策事業(総務省)	29,850	20,643	-	-	50,493
芸術祭の里による交流人口拡大促進 事業(コロナ臨時交付金)	-	22,481	-	-	22,481
キナーレ誘客促進事業	-	2,000	35,970	-	37,970
集落支援事業(産業観光支援員)	10,500	17,500	16,527	38,700	83,227
活動支援事業(民間助成金)	9,000	0	5,200	5,100	19,300
大地の芸術祭ブランド化推進事業	44	222	-	-	266
里山現代美術館価値創造事業 (地方創生拠点整備)	-	112,236	-	-	112,236
里山現代美術館コロナウイルス感染予防 対策事業(コロナ臨時交付金)	-	-	4,712	-	4,712
光の館修繕事業	3,541	1,637	-	3,663	8,841
清津峡渓谷トンネル改修事業 (Tunnel of Light)	-	1,326	6,765	-	8,091
雪国農耕文化村センター施設整備事 業	-	36,111	-	8,657	44,768
奴奈川キャンパス管理経費(改修)	-	-	-	2,794	2,794
三省ハウス改修事業(コロナ対策)	-	-	-	2,560	2,560
大地の芸術祭の里鑑賞環境循環向上 事業(コロナ対策)	-	-	-	19,162	19,162
津南町事業	4,000	2,598	4,000	8,890	19,488
受入対策費	-	-	-	4,890	4,890
作品改修費	-	498	1,000	1,000	2,498
上郷クローブ座運営委託事業	4,000	2,100	3,000	3,000	12,100
十日町市津南町事業	25,261	36,573	66,559	66,760	195,153
国際発信・他分野連携事業(文化庁)	10,000	18,400	21,000	17,000	66,400
寄附協賛金活動事業	34	-	-	-	34
受入対策事業:ソフト	1,844	5,648	5,666	7,093	20,251
受入対策事業:開催年	-	-	7,110	26,168	33,278
受入対策事業(コロナ臨時交付金)	-	-	1,338	16,499	17,837
地域芸術祭合同海外プロモーション 事業(コロナ臨時交付金)	-	-	3,500	-	3,500
作品維持管理事業	13,383	12,525	27,945	(第9回展で 計上)	53,853
合計	268,240	451,310	337,689	361,553	1,418,792

(2) 作品鑑賞パスポート等の販売実績

- ・前回と同様、「一般」「学生(大学生・専門学校生・高校生)」の2つの券種の区分でを発行・販売した。
- ・7/29 までを早期割、7/30～11/13 までを通常料金とし、1,000 円の金額差をつけた。
- ・小中学生は、前回同様、鑑賞料を無料とした(市内・町内の小中学生へは学校を通じて「こどもパスポート」を配布)。
- ・「Tunnel of Light」(清津峡渓谷トンネル)の作品鑑賞は、今回展より、パスポート提示で割引の対応とした。

■作品鑑賞パスポート

区 分		単価(円)	枚 数(枚)	金額(円)
一般	早期割	3,500	21,869	76,541,500
	通常	4,500	9,958	44,811,000
学生	早期割	2,500	1,679	4,197,500
	通常	3,500	1,193	4,175,500
小 計(①)		—	34,699	129,725,500
小中学生無料/パスポート(②)		—	13,941	—
手数料(③)		—	—	12,801,765
合 計(①+②-③)		—	48,640	116,923,735

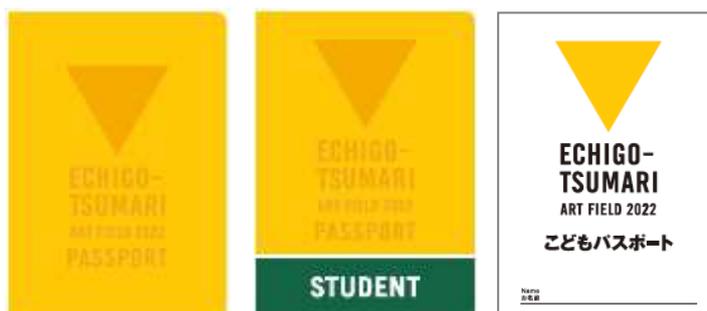
■個別鑑賞券(2回目以降の入館者(半額)等も含む) ※個別鑑賞券による収入は、各施設管理者の収入とする

施 設 名		枚 数(枚)	金額(円)
ス テ ー ジ 作 品	越後妻有里山現代美術館 MonET	16,992	21,528,500
	光の館	1,337	744,300
	まつだい「農舞台」フィールドミュージアム	2,763	3,255,600
	まつだい「農舞台」+まつだい郷土資料館	3,883	2,318,600
	「森の学校」キョロロ	7,909	3,668,000
絵本と木の実の美術館		5,654	4,503,000
Tunnel of Light(清津峡渓谷トンネル)		230,699	205,011,400
清津倉庫美術館[SoKo]		1,485	718,250
奴奈川キャンパス		640	320,000
最後の教室		5,118	3,976,400
越後妻有「上郷クローブ座」/香港ハウス		461	276,000
その他作品 (計41作品)		13,065	4,760,700
合 計		290,006	251,080,750

※ Tunnel of Light(清津峡渓谷トンネル)は、個別鑑賞券及び作品鑑賞パスポート提示で割り引きした入坑を対象とする。

■入館に伴う実行委員会収入金額

パスポート収入金額(円)	116,923,735
個別鑑賞券(円) ※実行委員会収入のみ	1,004,775
合 計(円)	117,928,510



成果

・アソビュー等のオンライン決済でのパスポート販売について、現地での販売より利便性が高く販売促進効果もあり前回展を超える13,000枚以上の販売実績となった。

前回展:12,551枚 今回展:13,132枚

・会期内で早期割と通常料金の期間を設け、金額の差を付けることによって早期割パスポートのお得感が増し、会期前半のパスポート販売促進につながった。また、会期前半にパスポート購入者を集中させることによって、会期全体を通して芸術祭へ複数回来訪いただくきっかけを作ることができた。

課題

・案内所でのパスポート販売強化

・オンラインのパスポート販売の引換画面を出せない方がいた場合、案内所スタッフの負担になる。

・前回展よりパスポート販売数が減少し、個別鑑賞券販売数が増加した。

→大地の芸術祭の運営には安定的なパスポート収入の確保が必須課題であり、個別鑑賞券ではなくパスポートの購入促進が課題である。

※パスポート販売数 前回展 51,611枚 今回展 34,699枚

個別鑑賞券(清津峡渓谷トンネル除く) 前回展 50,782枚 今回展 59,307枚

・清津峡渓谷トンネルでのパスポート販売について、事前予約時にパスポート購入ができず、個別鑑賞券に流れてしまったり、変更の作業を販売所でできないことでお客側が不便を被った。今後のパスポート販売の大きな課題である。

・ふるさと納税でのパスポート販売が減少した。

・委託販売においては、委託先によって市や町とNPO法人越後妻有里山協働機構の関係性を考慮して依頼先や役割分担を検討したい。

(3) 寄附金・協賛金・企業版ふるさと納税

・寄附・協賛は、実行委員会が県内及び当地域につながるのある企業を回り、県外は㈱アートフロントギャラリーの担当者とともに訪問し、趣旨説明・依頼した。

■寄附・協賛一覧表

種類	企業・法人・個人数(件)	合計額(円)
①本体寄附・協賛	54	72,420,000
②パスポート協賛購入	3	1,686,000
③ガイドブック広告協賛	72	4,330,000
④ふるさと納税(個人寄附) ※十日町市事業への寄附	8,550	198,970,600
⑤ふるさと納税(企業版)	13	17,900,000
⑥その他寄附協賛	16	235,289
寄附協賛計(①+②+③+④+⑤+⑥)	8,708	295,541,889

※2022年3月現在の金額

・ふるさと納税による支援の窓口となるポータルサイトを増加し、多くの機会を創出した。また、企業版ふるさと納税の活用を強化するために、市のホームページなどで企業版ふるさと納税のメリットやESG活動につながる事業として発信した。

成果

・コロナ禍での開催となったが、開催規模や会期が変化する中でも、圏域内外の企業団体から芸術祭の主旨に賛同いただき、目

標額を越える寄附協賛を受けることができた。

- ・ふるさと納税による支援は前回展を上回り、件数金額ともに過去最高実績となった。特にオフィシャルサポーターのネットワークを通じて、新たなファン層の獲得も増え続けている。
- ・当初計画から会期が1年延長となり、実行委員会事業費も増加したが、寄附・協賛全体の歳入は、目標額を達成できた。

課題

- ・これまでの事業規模を保ちながら芸術祭を継続していくためには、寄附・協賛の獲得は今後ますます重要となっていく。中でも企業や団体からの支援は単なる寄附・協賛の視点から深化し、芸術祭を通じたさらなる協創・共創のパートナーとしての意識づけや企業・団体側のメリットを打ち出す必要がある。
- ・大きな財源として、個人からのふるさと納税もこれまで以上に応援していただく仕組み作りが求められる。特に芸術祭らしさを生かした返礼品の充実にも努め、納税者(=応援者)のニーズを掴みながら発信を強化しなければならない。

(4) 助成金・補助金

- ・4年間で十日町市・津南町、または大地の芸術祭実行委員会が交付を受けた助成金・補助金は、683,554千円となった。その他にも他団体名義で受けた補助金・助成金も合計すると、730,616千円の助成金・補助金の採択を受けることができた。
(助成金・補助金・委託金等一覧 資料編 p.1)

成果

- ・多くの助成金・補助金を採択され、特に文化庁からは4か年で約4億8,000万円の助成を受けることにより、大地の芸術祭本会期だけでなく通年誘客の取り組みも充実させることができた。

課題

- ・老朽化している施設が多数あり、施設改修等の補助金の活用に注力する必要がある。

3 来場者の動向

(1) 来場者数

- ・延べ入込者数は574,138人となり、前回展の548,380人を25,758人上回る結果となった。
- ・1日あたりの鑑賞者数は、前回展10,483人に対し、今回は3,934人となり、62.5%減となった。

区分	4/29 ～5月 (26日間)	6月 (21日間)	7月 (23日間)	8月 (21日間)	9月 (22日間)	10月 ～11/13 (32日間)	計
作品鑑賞者 (ステージ入館者含む) ※25作品抜粋	75,708	44,306	69,517	126,361	101,033	153,601	570,526
1日あたり 鑑賞者数	(2,912)	(2,110)	(3,022)	(6,017)	(4,592)	(4,800)	(3,935)
関連イベント参加者 (12事業・27公演)	250 (1事業)	247 (1事業)	144 (2事業)	1,897 (4事業)	143 (2事業)	931 (2事業)	3,612
延べ入込者計							574,138

<来場者の構成> ※来場者アンケートより(n=3,622人)

■性別

男性	女性	不明
35.1%	63.4%	1.5%

■年齢層

10代以下	20代	30代	40代	50代	60代	70代以上	不明
4.3%	13.9%	19.2%	22.5%	25.5%	12.2%	2.4%	0%

■地域

県内	北海道	東北	北陸	関東	中部	近畿	中国	四国	九州・ 沖縄	海外	不明
32.7%	0.1%	1.9%	3.4%	46%	9.8%	5.2%	0.9%	0.5%	0%	0%	0%

■来訪回数(会期中複数回来訪しても1回とカウント)

1回	2回	3回以上	4回以上
57.0%	14.3%	8.0%	20.7%

成果

- ・新型コロナウイルス感染症対策として長期開催にしたことにより、来訪者数は前回展より上回った。前回は短期間で集中した来場者が、長期開催で来場が分散され、地域経済に断続的に寄与することができた。
- ・施設のキャパシティ以上の来訪者を迎えることもなく、お客様にとってゆったりと鑑賞することができたため、満足度の高い来訪につながったと言える。
- ・コロナ禍ということもあり、県内広報を注力したことが、県内来訪者において3.8%の増につながっている。
- ・3回以上の来訪者が、前回よりも1.8%増加したとともに、1回の来訪も2.4%増した。リピーターの皆様にも初めての来訪者にも、安全・安心な芸術祭の運用であるということが伝わった成果だと考える。

課題

- ・長期開催により、運営面でコストがかかり、また、受付等を担当した地域住民も疲弊した感が見受けられた。
- ・来訪者数574,138人のうち、約半数の230,890人が「Tunnel of Light」(清津峡溪谷トンネル)の来坑であり、引き続き人気が集まった。今後は同作品を訪れた人が、他作品を回遊するようにする仕組み・仕掛けの構築が急務となる。

(2) 宿泊動向

- ・今回、初めて宿泊動向に関するアンケート調査を行った。これまでの比較はできないが、今後の比較検討の材料とする。
- ・宿泊者だけでみると、69.4%が地域内に、30.6%が地域外に宿泊している。

■地域内の宿泊日数

0泊(日帰り旅行)	36.0%
0泊(地域外で宿泊)	19.6%
1泊	25.6%
2泊	12.4%
3泊以上	6.4%
無回答	0.0%

■地域外の宿泊先地域

湯沢町	34.5%
魚沼市	4.1%
南魚沼市	10.9%
長岡市	8.2%
柏崎市	2.3%
上越市	7.7%
新潟市	10.9%
上記以外の新潟県内	10.5%
新潟県外	10.9%

成果

- ・アンケート記述によると、長期開催により、7～9月以外も、大地の芸術祭目的の宿泊者が増えたという声があった。

課題

- ・コロナ禍で遠方への旅行を控える傾向により、日帰りの来訪者が増加した。宿泊を伴う旅行は、日帰り旅行よりも大幅に消費額が増えるため、早朝夜間の魅力的コンテンツの充実などを図り、宿泊客を増やすことが重要である。
- ・地域外に宿泊する来訪者は、これまでの傾向により市内・町内の宿泊施設の予約が取りづらいイメージから、最初から地域外の宿を予約するケースが多い。宿泊施設の空き状況の見える化であったり、大地の芸術祭目的で市内・町内の宿泊施設に泊まった場合の特典などで、まずは地域内の宿をチョイスする意識づくりが必要である。
- ・交通の便で湯沢町に宿泊する人も多い。ツアー発着は越後湯沢駅であったが、宿泊への影響を鑑みて MonET での降車も可とした。降車後の公共交通機関とのつなぎの検証や宿泊施設との連携を強化する必要がある。

4 経済波及効果

・新潟県がホームページで公開している「経済波及効果分析ツール」の、「分析ツール(観光消費)」と「分析ツール(基本)」を使用して推計した、新潟県内に対する経済波及効果は、以下のとおりである。

・地域コミュニティや地域経済に与えた効果について、大地の芸術祭実行委員、作品設置集落・町内代表者、圏域内事業者(宿泊業者、飲食店、ガソリンスタンド、コンビニエンスストア)にアンケートを実施し、調査した。

単位:百万円

	直接効果	1次間接波及効果	2次間接波及効果	総合効果
経済波及効果	5,390 (4,631)	1,775 (5,625)	1,096 (903)	8,262 (6,528)
主催者投資・消費	461 (704)	143 (963)	98 (176)	702 (1,138)
来場者支出	4,929 (3,927)	1,633 (4,662)	998 (727)	7,560 (5,389)

※()は前回展

※四捨五入しているため、内訳の額と合計額が一致しない場合がある。

※「主催者投資・消費」の対象は、作品制作費、作品及び関連施設修繕・改修費、印刷製本、看板製作・設置撤去など、関係者(十日町市、津南町、(株)アートフロントギャラリー、特定非営利活動法人越後妻有里山協働機構)が県内で発注・消費した額。

※消費支出の対象は、来場者アンケートを基礎データにした来訪者の圏域内滞在中の消費額。(各種アンケート 資料編 p.30)

成果

・前回(65億2,800万円)に対して、17億3,400万円の増加となっている。コロナ禍において移動の制限や、レジャー・飲食等の控えがある中で、長期開催により来訪者が前回以上となったことで、来訪者による消費が地域経済活性化に寄与したことは確実である。

・前回よりも主催者投資・消費が少ないが来場者支出が増えたことは、コストパフォーマンスが向上した現れと捉えられる。

・地域内事業者アンケートでは、68%が「効果があった(大いに・多少)」と回答していることから、一定の好影響をもたらしたことが確認できる。

・会期中、道の駅クロスステン(越後妻有里山現代美術館MonET隣)にて自主的にお弁当を販売する店舗が現れるなど、芸術祭を積極的に活用して利益を上げるチャレンジをする、あるいはその意欲が創出され始めている事例が生まれた。

課題

・「主催者投資・消費」と「来場者支出」の恩恵を受ける企業が違うことから、今回は前回よりも少なくなった「主催者投資・消費」に影響する企業において、業務を通じて地元企業が芸術祭を支えている意識を乖離させないような意識付けも必要である。

・前回の地域内事業者アンケートでは、80.6%が「効果があった」と回答しており、今回は12.6%減である。効果がなかったのか、効果を感じられなかったのか、更なる検証が必要である。

・前述のとおり、宿泊動向にて宿泊者数により消費額が大きく違うため、飲食店も含めて地域内に泊まることで得られる期待感を作り出す必要がある。

5 運営体制

(1) 実行委員会体制

① 地域団体・組織・企業等

【越後妻有内】各地区市民代表(鉢未来フォーラム 21・東下組おんなしよの会・川治地区振興会・NPO 法人雪ふる里村・アートネットかわにし・中里商工会青年部・清津峡地区振興会・貝野地区振興会・まつだい案山子隊・松代建設業協会・浦田地区協議会・松之山文化協会・津南あ〜ととりあげ隊)、各観光協会(十日町市・津南町)、各商工会(十日町商工会議所・各地区商工会)、各旅館組合(十日町・津南町)、各ロータリークラブ(十日町・十日町北・津南)、各森林組合(十日町地域・津南町・ゆきぐに)、十日町市各地域自治組織、十日町市商店街連合会、十日町織物工業協同組合、十日町農業協同組合、(一社)新潟県建設業協会十日町支部、新潟県建築士会中魚沼支部、十日町建築組合、十日町地域測量設計業協会、十日町地域造園緑化協会、松之山温泉組合、(公社)十日町青年会議所、各ライオンズクラブ(十日町・中里にいがた)、十日町市文化協会連合会、十日町地区タクシー協会、十日町市スポーツコミッション、(一財)十日町地域地場産業振興センター、東日本旅客鉄道(株)、JR 東日本 信濃川地域共創事務所、北越急行(株)、越後交通(株)十日町観光センター、東頸バス(株)、共立観光(株)、森宮交通(株)、NPO 法人越後妻有里山協働機構

【県内】(公社)新潟県観光協会

【県外】(株)バネッセホールディングス・(株)アートフロントギャラリー

② 官公庁

【越後妻有内】十日町市(市長・市議会議長・副市長・教育長・各支所長)、津南町(町長・町議会議長・副町長・教育長)、十日町市中魚沼郡(教育振興会、十日町市内小学校、新潟県立高等学校、新潟県立津南中等教育学校)

【県内】新潟県(知事・地域出身県議会議員2人・十日町地域振興局)、新潟県中越教育事務所

【国】国土省北陸信越運輸局観光部

成果

・大地の芸術祭事業の目的・動き・事業内容・予算を伝達し、理解を深めていただくことができた。

課題

・情報を受けた後の各組織の主体的な動きにつながっていないことから、組織体制の見直し・仕組みづくりが必要である。

(2) 事務局体制

① 事務局=十日町市文化観光課、津南町観光地域づくり課、NPO 法人越後妻有里山協働機構(共催者、一部事業受託者)、(株)アートフロントギャラリー(一部事業受託者)

② 企画立案(本会期前)=<月1~2回>事務局会議(新潟県観光企画課も参加)

<随時>各分科会(事務局・作品・広報・運営・交通)

③ 運営(本会期中)=<週2回>終礼ミーティング

成果

・オンライン会議や Web 上のデータ共有サービスを活用し、随時情報共有が図れた。

・コロナ禍での実施に対する企画立案・運営は、多くの懸念事項・リスク想定があり、これまでの運用が通用しないことが多かったが、事務局員同士の綿密な打ち合わせや協働作業により事業を完遂した。

課題

- ・大地の芸術祭の開催でより多くの来訪者を求めている一方で、大地の芸術祭によらない文化資源・観光資源を融合した総合的な誘客促進や、多様なニーズに対応することでのお客様の満足度向上まで展開できなかった。総合的な施策展開については、所管である観光企画係や観光協会が主体となって実施する必要がある。
- ・大地の芸術祭が及ぼす影響は、雪国観光圏域や新潟県域にまで広がっていることから、十日町市・津南町を超えた事務局体制を検討する必要がある。
- ・大地の芸術祭は、文化観光のみならず、市民協働・移住定住・関係人口・産業振興・教育・健康・福祉にまで効果が表れていることから、全庁的な連携や、各部署が主体的に関連事業を展開する仕組みが必要である。
- ・各エリアで地域課題やそれを取り巻く状況が全く違うことから、各支所地域振興課が担う責務は甚大であるため、企画立案段階から深く参画する必要がある。

(3) 大地の芸術祭サポーターこへび隊

- ・コロナ禍で2022年3月まで活動参加地域を限定していたが、芸術祭の開催に伴い全国から参加を募る形で募集を再開。
- ・首都圏から参加しやすいよう、こへびバス、里山応援便、学生ボランティアプログラムといった送迎バス運行を計画・実施した。

	登録人数	会期中※2 のべ活動人数
こへび隊	487人※1	901人
うち新潟県内 (十日町市・津南町在住含む)	226人	201人
うち地元 (十日町市・津南町在住)	106人	86人

※1 2023年1月22日現在の登録人数

2021年3月に、旧こへび隊と地元サポーターを統合し、再登録を行ったため、それ以降の登録人数

※2 2022年4月29日～2022年11月13日にこへび隊活動として募集し、参加したのべ人数。

会期前(2022年4月1日～28日)はこへび隊活動としての募集は行っていない。

地元、行政職員、企業サポーターは含まれない。

成果

- ・前回展までのような、首都圏の学生や海外から参加するこへび隊は、新型コロナウイルス感染症の影響で参加者が減少(海外からの参加はほぼなし)したが、県内や大学での説明会の実施、学生向けのバス運行を行い、夏の期間は県内からの学生の参加も目立った。
- ・こへび隊として登録された活動人数は減ったものの、作品制作や受付は、十日町市職員・津南町職員・集落の組織など地元が中心に担い、ツアーガイドはこへび隊を中心に行うなど、あらたな形で運営できた。また今回はじめて、企業単位で作品受付に入る企業サポーターの取り組みも始めた。
- ・こへび隊参加から、長期滞在・アルバイト・移住などにつながった人がいた。

課題

- ・長期開催により、会期全体を通してサポーター不足が見られた。特に夏会期以外のサポーター確保対策は必須である。
- ・次回展は、今回展より外国人参加者の増加が見込まれるため、こへび隊としても外国人受け入れ体制を構築する必要がある。
- ・コロナ禍が明けて、こへび隊の動きが戻るとしても、全国津々浦々に地域芸術祭が実施されていることから、ピーク時の人数確保が見込めないため、企業サポーター等、新たな協力団体の発掘が必要である。

- ・こへびバスなど首都圏から参加しやすいようバスの運行を行ったが、利用は少なかった。次回も実施するのであれば、事前の周知が必要である。
- ・これまで、サポーターが集まることを前提に会期中の作品運営の予算を計画してきたが、サポーターが十分に集まらないことを想定した予算を計画することも視野に入れなければならない。

(4) 企業サポーター

- ① 参加企業・組織＝東日本旅客鉄道株式会社、東京電力新潟本社、新潟県4地域振興局(十日町・魚沼・南魚沼・上越)
- ② サポート内容＝会期中の作品受付・新型コロナウイルス感染症対策(検温・体調確認)・各種案内・関連商品の販売(パスポート・マップほか)

成果

- ・大地の芸術祭の運営、及び大地の芸術祭を通じて地域活性化に取り組む集落等を支援する新たな試みとなった。
- ・各企業・組織からは「従業員育成の効果があつたと同時に、地域の魅力の再発見・可能性の再認識につながつた」との報告があり、相互にメリットのある仕組みとなった。



課題

- ・お客様の満足度向上や越後妻有ファンの獲得につなげるためには、運営業務の説明だけでなく、芸術祭の趣旨や目的なども丁寧に説明し、理解を深めていただく必要がある。
- ・今回は3者の参加であったが、より多くの組織から参加いただくためには、早い時期から全県あるいは全国の企業や組織・団体にアプローチする必要がある。

(5) 行政職員の関わり

- ① 趣旨・位置づけ＝新型コロナウイルス感染拡大による感染予防・拡大防止対策については市及び町にて責任をもって対応することとしたほか、サポーター参集不足による補填を行った。いずれも職員の地域活性化に対する現場研修として従事した。
- ② 述べ従事人数＝1,095人(十日町市1,026人・津南町69人)
- ③ 業務内容＝新型コロナウイルス感染症対策(検温・体調確認・リストバンド配布)、作品受付、主要施設の駐車場整理

成果

- ・行政職員が特別対策・不足補填を行ったことにより運営が成立した。
- ・特に入庁して経過年月の浅い職員にとっては、地域に関する知識習得、コミュニケーション能力の向上、越後妻有地域の魅力認識につながつた。

課題

- ・一人で作品受付に従事することがあり、トラブル発生時の対応が難しかったり、昼食休憩など十分な時間がとれないため、従事する人数など検討する必要がある。
- ・上記の受付人員不足の解消など、作品受付に対する十分な対応をするためには、運営費や内容を見直し、ボランティアでの対応を想定した運営を見直す必要がある。

(6) 新潟県の支援

・広く県庁内の各部局と連携し、以下のとおり様々な支援を受けた。

課名		取組事項
知事政策局	広報広聴課	広報誌「県民だより」、広報テレビ番組「県政ナビ」による PR
		新潟プレミアムサロン出展による情報発信
産業労働部	地域産業振興課	県産品魅力発信プロモーション事業・JR 大阪駅での PR 事業において、大地の芸術祭のポスター掲示及びパンフレット配布
観光文化スポーツ部	観光企画課	県庁での大地の芸術祭ののぼり旗の掲出
		県庁生協内に特設コーナーを作成し、作品鑑賞パスポート、ガイドマップの販売
		首都圏イベントでのパンフレット配布
		大阪観光センターでのパンフレット配布
		関西情報発信拠点「新潟をこめ」にてパンフレットの配布及びデジタルサイネージ投映
		関西メディアへのパブリシティ強化(ラジオ大阪出演 PR・スポット CM、難波大型ディスプレイで投映)
	国際観光推進課	海外エージェント、メディア招聘の視察先として大地の芸術祭を設定。
	文化課	近代美術館、万代島美術館でのポスター掲示及びパンフレット配布 『新潟県文化祭 2022』の公式サイトでの情報発信
交通政策局	空港課	Peach ホームページ上で紹介(特設ページ制作)
		雑誌『Discover Japan』6 月号に掲出
教育庁	義務教育課	県内小中学校へのポスター・パンフレット配布
		教育支援システム(教員向けのポータルサイト)上でポスター等の掲載
	高等学校教育課	サクソ・フルート奏者の岡淳氏による『農具は楽器だ!』プロジェクトにおいて、津南中等教育学校の学校施設の提供及び生徒による楽器の制作協力
	県立図書館	閲覧室内で関連図書の展示を実施及び展示コーナーでのパンフレット配布
	川西高等特別支援学校	小脇プロジェクト(川西エリア)作品制作に参加
十日町地域振興局		ホームページ、Facebook 等による大地の芸術祭 PR
		県内地域振興局の公用車に PR ステッカーを貼付
		3 地域振興局(十日町・南魚沼・魚沼)で大地の芸術祭を活用した誘客促進ツール『デジタルパンフレット Yukiguni Trip』の作成
		秋山郷内の『大赤沢分校』での新作公開に伴い、長野県北信地域振興局と連携し、首都圏にある両県のアンテナショップ等で秋山郷に関する情報発信を実施
		地域活性化推進事業(ハード事業)による作品周辺の道路及び柵の改修
		『みどりの部屋プロジェクト』におけるボランティア対応(4 地域振興局(十日町・南魚沼・魚沼・上越)計 34 人の県職員参加)
		新潟県観光協会と連携した学生限定ボランティアプログラムの実施

成果

- ・観光企画課の協力により、実行委員長及び北川ディレクターの県知事への表敬訪問が実現したと共に、県職員に対して北川ディレクターによる講演会を行い、県職員の大地の芸術祭への理解を深める契機となった。
- ・このことが、作品におけるボランティア参加につながり、新たな展開である「企業・組織サポーター」の1組織としての運営協力につながった。
- ・国際推進観光課が進める多くのインバウンド誘客事業において、コンテンツとして取り上げてもらうことで、海外に対する露出が増えたのと併せて、事務局として財源的及び人的リソースの関係から注力に至らなかったインバウンドへのアプローチを遂行してもらった。
- ・実行委員会が持ち得ていないネットワークにて、協賛金の営業が実現した。

課題

- ・大地の芸術祭は、県内観光施策としても重要なコンテンツであることから、市町村を超えたプロモーションや誘客活動については、県のイニシアティブをもって進めてもらうことが重要であると考えます。

- ・県の関係部署との連携については、周知・PRがほとんどあったが、各部署の施策に対する活用を図っていただくことで、更なる連携による大きなムーブメントにつなげていくことが可能である。
- ・以上のような多くの可能性があるが、事務局業務の多忙さゆえに県観光企画課との定期的かつ綿密な情報共有ができなかったことから、今後は、しっかりとした情報共有と早期のアクションが必要である。

6 新型コロナウイルス感染拡大予防対策

(1) 「新型コロナウイルス感染拡大予防ガイドライン」の作成

- ・ガイドラインにより「大地の芸術祭」のプログラムや、施設・作品公開における新型コロナウイルス感染症予防対策を講じた。
- ・本会期終了時に第5版までを作成。最終的には第7版まで改訂し、感染予防対策を実施した。
- ・ガイドラインは、国の緊急事態宣言等、新潟県の新型コロナウイルス感染症に関する警報・注意報等、十日町市及び津南町における感染予防対策指針等、業種別ガイドラインを網羅する形で作成した。

■内容

案内所	接触感染リスク対策(手指・什器・機材等消毒)、飛沫及びエアロゾル感染リスク対策(マスク、換気、滞留回避)
施設	リスク評価、キャパシティ設定、接触感染リスク対策(手指・什器・機材等消毒、展示の工夫)、飛沫及びエアロゾル感染リスク対策(マスク、換気、滞留回避)、来場者体調確認・検温
屋外作品	接触感染リスク対策(手指消毒)、飛沫及びエアロゾル感染リスク対策(対人距離)
飲食提供	リスク評価、接触感染リスク対策(手指・什器・機材等消毒)、飛沫及びエアロゾル感染リスク対策(マスク、換気、滞留回避、対人距離、トンブ等使いまわし対策)、利用者体調確認・検温
宿泊施設	リスク評価、接触感染リスク対策(手指・什器・機材等消毒)、飛沫及びエアロゾル感染リスク対策(マスク、換気、滞留回避、対人距離)、宿泊者体調確認・検温
二次交通・ツアー	リスク評価、接触感染リスク対策(手指・車内消毒)、飛沫感染リスク対策(マスク、換気、対人距離)、宿泊者体調確認・検温、緊急連絡先の把握、リストバンドの配布・装着
作家・制作関係者、事務局スタッフ	接触感染リスク対策(手指消毒、衣服清潔)、飛沫感染リスク対策(マスク)、車移動の制限、作家等の来訪時の検査
広報・周知	本ガイドラインに基づき新型コロナウイルス感染拡大予防対策を徹底した上で、施設開館・作品公開を行うこと、及び対策の実施のためにお客様をお願いすることを、ホームページ等を通じて周知

(2) 検温スポットの設置、リストバンドの配布・装着

- ・地域内に検温スポットを16か所設置し、作品鑑賞者は鑑賞前に必ず立ち寄り、体調確認・検温をすることをルール化(7月30日以降、有人施設・案内所・作品受付でも実施できるよう改善した)。
- ・健全な人にはリストバンドを配布し、装着してもらうことで、地域住民も安心してお迎えできるようにした。

(3) 有事の際の対応体制構築・感染拡大状況に応じた事業の制限・中止のシミュレーション作成

- ・一部の地域あるいは施設にて多くの感染者が発生した場合(いわゆるクラスター発生)の対応方法、連絡・指示伝達方法を作成した。
- ・国の緊急事態宣言や、県の発令により、事業及び施設開館のシミュレーションを作成した。



成果

- ・大地の芸術祭事業及び施設起因によるクラスター発生等、大きな感染拡大を生むことなく、適切に運用できた。
- ・これらの対策については、国の新型コロナウイルス感染症対策のための臨時交付金を活用することで、通常の芸術祭実行委員会予算からの支出を抑えることができた。
- ・参加集落等に対しては、丁寧に説明し、必要物品等の準備も含めてしっかりと対応することで、関わる人からは安心して参加してもらうことができた。

課題

- ・未曾有の事態であり、国や県の方針も時期により変わる中で、スムーズな運営側の共通認識の醸成から運営への徹底、統一が難しい運用となった。このような場合には、責任の所在も含めて明らかにし、従事者一人一人が有事の際や、お客様からの苦情等を受けても安心して対応できるよう、組織として丁寧かつ徹底した機運醸成が必要である。

7 作品・イベント

(1) 主要なプロジェクト

■大地の芸術祭 2000-2022 追悼メモリアル(特別企画展)

「大地の芸術祭」が始まって 22 年が経ち、越後妻有のために協働してくれた何人もの作家が旅立っていった。今回展では 11 人の亡き作家を偲ぶ展覧会シリーズを開催。展覧会ごとに彼らの作品を巡るメモリアルツアーも実施。

■JIKU #013 HOKUHOKU-LINE

越後妻有を東西に走る北越急行ほくほく線は 1997 年に開通して以来、新たな地域とのつながりを生み出してきた。その軌道を使い、地点と地点を結ぶことの尊さやエネルギーを光と音のインスタレーションで表現。

■昔はみんなたのしかった 文化人類学手法によるフィールド・ワークから / 消えた集落 閉村の碑からよみとるもうひとつの理由(磯辺行久)

かつての十日町と松代にあった2つの「小貫集落」が数百年の歴史を経て、昭和・平成時代に閉村に至った経緯、農村地域が果たしてきた役割など、現代及び将来の集落が抱える問題を考えるプロジェクト。インスタレーションは、十日町エリアと松代エリアの 2 箇所で開催。

■「楽暮 D.I.Y.の家 iju」プロジェクト(石松丈佳)

「楽暮 D.I.Y.の家 iju」は、集落住民と作家の支援により、D.I.Y.をキーワードに移住者と集落住民が楽しく暮らす施設を目指し制作された。関連イベントとして棚田での田植え体験のほか、集落到に伝わる民話にちなみ、全員でキツネの仮装をして集落の自然の中を散策した。

■里山アートどうぶつ園—どうぶつたちのソーシャルディスタンス

若手作家 25 人による動物彫刻が、広い芝生の上で展開された。里山の人々は農業を営みながら、野生動物とちょうどよい距離を保って共存してきた。今回はユニークな動物たちと触れあえる人気スポットとなった。

■岡亭+音楽水車プロジェクト「農具は楽器だ！」

津南中等教育学校は、地域の探求学習に力を入れており、大地の芸術祭をテーマにしているグループがあった。今回、そういった縁もあり現役の学校に作品を展示することができた。作品は農具を楽器に変えるものであり、生徒は農具探しから始まり、作品制作や受付の手伝い、さらにライブでは作家とゲストミュージシャンと共に演奏した。ライブは盛況であったため、大地の芸術祭閉会式でも作家と生徒による演奏を行った。大地の芸術祭が教育分野で活用された良い一例となった。

■旧津南小学校大赤沢分校

大赤沢分校は、日本の秘境 100 選に選ばれている秋山郷にある。苗場山の噴火や中津川の浸食により創り出された手つかずの大自然、秋田マタギが移り住んだとされる独自の文化、極僻地のため明治時代には義務教育免除地に指定された歴史を持つなど、他地域とは一線を画す地域である。過疎高齢化が進むなか、児童数を確保して学校の存続を図ってきたが、2021 年に廃校した。学校内では、秘境の地ならではの自然・歴史・文化を見せる展示を行った。

(2) 作品展開

2020年7月に公募の受付を実施。今回は、公募時点で予定していた作品設置場所についても紹介し、より具体的なプラン作成につながるよう参考資料として提示した。定数10点程度で募集したところ400点を超える応募があり、うち半数近くが海外からの応募となった。



クリスチャン・ボルタンスキー「森の精」

■作品公募の時期、応募点数、現地見学会の実施状況

応募期間	応募点数	展開作品数 (継続作家含む)	現地見学会
2020/7/15～7/31	413点(うち海外221点、189組)	21点	中止

※海外作家:在住国関係なく、海外国籍作家を含む個人/グループで算出

■参加作家数、作品数、参加集落数

参加作家 :38の国と地域263組(うち13の国と地域95組が新作・継続展開)

作品数 :333点(うち123点が新作・継続展開)

参加集落数:109

(主要作品鑑賞者数、全作品一覧 資料編 p.2)

成果

- ・新型コロナウイルス感染症拡大の影響で開催が翌年へ延期となったものの、一部作品(施設内作品)については2021年に先行公開を行った。
- ・既存作品についても改修・メンテナンスを行い第8回展を迎えるよう準備を整え、一部作品では新たな展開がなされた。

課題

- ・長期開催の影響で、作品の公開期間にバラつきがあったため、来場者が混乱した。次回は公開日を揃えるように努める。
- ・新型コロナウイルス感染症拡大の影響で、海外作家が作品制作を行う事ができず、またウクライナ侵攻の影響で、材料が入り困難となり、公開取り止めとなったケースも発生した。
- ・一部の作品に来客者が集中していたことから、屋外作品を含めた他の作品の魅力をどう伝えていくか考える必要がある。
- ・過去に設置した既存作品が老朽化し、来場者からしばしば指摘されることもあった。維持管理・改修等の費用面を考慮した中で、メンテナンス体制の見直しや過去の作品について整理を行っていく必要がある。



パスカル・マルティン・タイユ「リバーズ・シティー」



布施知子「うぶすなの白」

(3) イベント・ワークショップ

新型コロナウイルス感染拡大防止の観点から、第7回展と比較し大幅にイベント・ワークショップ数を減らし、また1公演の入場者数や参加者も制限しての開催となった。また同様の理由から会場も芸術祭拠点施設に絞り、安全性を最優先に考慮した形で開催した。

成果

- ・パフォーマンスイベントはどれもほぼ満席となり、入場者数を制限したとはいえ盛り上がりを見せた。大地の芸術祭のパフォーマンスイベントに対する期待値が大きいことを再確認できた。
- ・田中浜、森山未来など多方面で活躍するパフォーマーを招聘することができ、大地の芸術祭の知名度をより一層高めることができたと言える。

課題

- ・新型コロナウイルス感染症の影響によりやむを得なかったとはいえ、イベント数の減少や、神社での開催など地域住民とパフォーマーとの交流ができなかったのは残念であった。次回展は新型コロナウイルス感染症が終息し、イベント・ワークショップがかつてのような盛り上がりが見られることを期待したい。



田中浜「場踊り」

8 食

以下施設にて食のコンテンツを提供した。

越後妻有里山現代美術館 MonET コミュニティスペース

米澤文雄シェフ監修オリジナルバーガーを春・夏・秋と会期に合わせて3種類販売。MonET 見学者や近隣の方の憩いの場所として賑わった。



サロン MonET

旧しなのがわバルをリニューアルして「サロン MonET」として喫茶営業を実施。美術館来訪者のみ利用できる店舗としてパフェやケーキ、ドリンクを提供した。

うぶすなの家

開館以来初めての通年営業を実施。松浦裕シェフ監修による新メニューを提供した。一般客の受け入れを行いつつ、オフィシャルツアーの昼食場所として賑わった。

Hachi Café

「鉢&田島征三 絵本と木の実の美術館」内にて営業。地元で採れた野菜を使った料理、素材にこだわったスイーツやドリンクを提供した。

越後まつだい里山食堂

春の会期前半から客足が伸び、秋の会期終了まで毎日混雑した。ランチビュッフェだけでなく、ケーキ目当ての喫茶需要も多かった。フィールドミュージアムの散策途中に立ち寄る人だけでなく、食事目当てで利用するお客様も多く、連日満席となるほど賑わった。

TSUMARI KITCHEN

2018年の芸術祭に続き、米澤文雄シェフ監修のオフィシャルツアー参加者限定のレストランとして奴奈川キャンパスで営業し、地元食材を使用したコース料理を提供。レストランを運営するのは地元のお母さんたちと米澤シェフの元で研鑽を積んだ塩田済シェフ。

Café Fragment by edition.nord+がふ

カフェ+古道具屋を展開。カフェには本場の食材を使ったタイ料理のカオマンガイや、作家監修のスイーツやドリンクが並んだ。作家自身が地域を周って独自のセンスで集めた古道具が販売された。松代エリアの端にある施設だが、施設内や周辺に集客力のある作品もあり、ランチや休憩をする利用者が見られた。

上郷クローブ座レストラン

【企画・料理】EAT&ART TAROに加え、【脚本・演出】原倫太郎+原游という2作家体制で実施した。コロナ禍での演劇レストランの在り方として、お重や個別の学校机での食事提供などをオフィシャルツアー参加者と一般客へ行った。NHK新潟で特集されるなど、注目度、お客様満足度も高く終えた。

各施設データ

施設	営業期間	主なメニュー	会期中 提供食数
越後妻有里山現代美術館 MonET コミュニティスペース	4/29～11/13	TSUMARI BURGER 1,350円	5,800
サロン MonET	4/29～11/13	パフェ(ルージュ、ヴェール、ノワール) 1,350円	3,913
うぶすなの家	4/29～11/13	お母さんが作る季節の小鉢と妻有ポークの煮 豚&車麩の山菜だれ 2,000円	4,800
Hachi Café	4/29～11/13	鉢のかぼちゃアイス 450円	7,400
越後まつだい里山食堂	4/29～11/13	里山ビュッフェ 大人 1,700円 小学生 1,000円 幼児 500円	13,000 (ツアー除く)
TSUMARI KITCHEN	7/30～11/13 ツアー開催日のみ	オフィシャルツアー限定コース ※価格はツアー料金内に含まれる	1,833
Café Fragment	7/30～9/4	カオマンガイ 900円	556
上郷クローブ座レストラン	7/30～9/4	津南産食材使用の料理を地元女衆が演劇風に 提供する「北越雪譜」 2,500円	1,456

※各施設期間内で定休日有り

成果

- ・様々な種類の食事施設を展開し、リピーターのお客様が飽きずに楽しめる展開ができた。
- ・お客様に越後妻有の食の魅力を発信できた。
- ・旅行支援の波に乗って集客できた。

課題

- ・食の施設が増えたことでお客が分散し、利用者数が減ってしまった施設も一部で生まれていた。
- ・ツアー行程により集客に差が出て、清津峡溪谷トンネルに行かないコースは苦戦した。



EAT&ART TARO「上郷クローブ座レストラン」

9 オフィシャルグッズ

2022年の新グッズは29種、グッズの総売上は約5,935万円であり、前回展の約5,250万円を上回った。昨年リニューアルした越後妻有里山現代美術館 MonET のロゴや松代城にある作品のエステル・ストッカーのグッズをはじめ、デザイナー川上恵莉子氏が、制作した5作家(名和晃平、目[mé]、中谷ミチコ、田中信太郎、TANGO)のグッズと、地域のメーカーとコラボレーションした妻有おにぎりせんべい(ワークセンターなごみ)、妻有アイス(ピオーネ)、妻有ビール(妻有ビール)を展開し商品のラインナップを一新した。

■主な販売場所

- ・越後妻有里山現代美術館 MonET コミュニティスペース
- ・越後妻有里山現代美術館 MonET 2F ショップ
- ・清津峡渓谷トンネル案内所
- ・まつだい「農舞台」
- ・奴奈川キャンパス



【売上種別】

単位:万円

	食品類	酒類	書籍類	その他グッズ	計
全体	1,175	170	1,340	3,250	5,935
主要施設(MonET コミュニティスペース・MonET 2F・農舞台・奴奈川キャンパス・清津峡渓谷トンネル)	1,065	165	390	2,415	4,035
外部委託	0	0	750	45	795
EC	80	5	55	280	420
その他施設(絵本と木の実の美術館・上郷クローブ座)	30	0	145	510	685

成果

- ・アーティストグッズを強化したことで若い世代の客層の開拓ができた。
- ・男性客にTシャツが人気であったため、今まで弱かった男性客向けの発掘ができた。
- ・地域グッズの売れ行きが全般的に良好であった。

課題

- ・新規商品が多かったため、丁寧に宣伝ができなかった。
- ・地域グッズの中の食品分野の強化が必要。
- ・各売り場の特色を活かした商品展開ができなかった。



10 交通

(1) オフィシャルツアー

- ・春、夏、秋の各シーズン 2 コースずつツアーを運行。
- ・ツアー主催 NPO 法人越後妻有里山協働機構、共催(一社)越後湯沢温泉観光協会(雪国観光舎)
- ・長期開催であったことや、期別によって公開される作品が異なっていたことから、春、夏、秋の3季で異なったルートを選定し催行した。全てのコースにおいて越後湯沢駅を発着とし、新幹線との接続を考慮した一方で、越後妻有圏域内で宿泊予定の方には途中下車も可とするなど、ある程度柔軟性を持たせた運用とした。

■オフィシャルツアー概要

季節	コース名(ルート概略、作品名・施設名は略称)	催行日	運行本数	参加人数
春	ヤギのしずかコース(「ゆく水の家」「うぶすなの家」「MonET」等)	4/29、5/1・3・5 5/7～7/23 の土曜	17 本	264 人
	カモシカぴよんぴよんコース(「Tunnel of Light」「農舞台」「Invisible Grove～不可視の杜～」等)	4/30、5/2・4・6 5/8～7/23 の日曜	18 本	388 人
夏	フクロウばたばたコース(「絵本と木の実の美術館」「里山アートどうぶつ園」「MonET」等)	7/30～9/4 の火水以外	27 本	218 人
	シャケ川のぼりコース(「清津倉庫美術館 SoKo」「上郷クローブ座」「農舞台」等)	7/30～9/4 の火水以外	27 本	574 人
秋	モモンガ滑空コース(「Tunnel of Light」「奴奈川キャンパス」「絵本と木の実の美術館」等)	9/10～11/13 の土日祝	25 本	747 人
	オニヤンマ飛翔コース(「家の記憶」「黄金の遊戯場」「MonET」等)	9/10～11/13 の土日祝	24 本	378 人
合計			138 本	2,569 人

(オフィシャルツアー催行コース内容詳細 資料編 p.12)

<その他造成オフィシャルツアー>

- ・追悼メモリアルツアー 197 人
- ・ALL 津南コース 82 人
- ・《JIKU #013 HOKUHOKU-LINE》コース 117 人
- ・パフォーマンスツアー 58 人

成果

- ・新型コロナウイルス感染症がやや落ち着きを見せた秋以降は、全国旅行支援の運用開始と相まって乗車人数が増加した。大地の芸術祭において、バスツアーの需要が多いということを改めて認識できる結果となった。



大西治・大西雅子「ゲロンパ大合唱」

- ・ツアーガイドはこへび隊を中心に行ったが、作品の説明のみならず地域の自然や暮らしの特徴などを自身の経験を基に話すことで言葉に重みがかわり、参加者からは非常に好評であった。
- ・大地の芸術祭公式ホームページからの直接購入、ツアー購入時のパスポートの同時購入が可能となった。

- ・こへびガイド全面協力でのオフィシャルツアー実施となった(過去最高の25人が参加)。
- ・2日連続乗車や各シーズンのツアーに参加の方など、会期内リピーターが多かった(リピートしてもらえそうなコース設定が上手くいった)。

課題

- ・清津峡渓谷トンネルでは、入坑者の駐車場までの渋滞が生じ、ツアーの行程に遅延が生じた。清津峡渓谷トンネルの事前予約の期日や件数を、オフィシャルツアーバスを含む各種ツアーバスの運行を鑑みて見直す必要がある。
- ・今回は新型コロナウイルス感染症による影響で日本人の参加者が多くを占めた。次回展には多くの外国人観光客が利用することが想定されるため、それに応じた予約システム、サイン、ガイド育成などの準備が求められる。
- ・新型コロナウイルス感染症対策や各種キャンペーン適用による受付対応の煩雑化。



アンドリュー・バーンズ・アーキテクト「オーストラリア・ハウス」

(2) セレクトバスツアー

半日単位で、十日町駅、まつだい駅、津南町案内所を発着とするツアー。オフィシャルツアー同様、長期開催や作品公開時期に合わせ、期別で異なるコースを催行した。特に作品公開数が最も多くなる夏においては、オフィシャルツアーでは網羅できない作品をコースに組み込み差別化を図った。

■セレクトバスツアー概要

季節	コース名	出発点	終着点	催行日	運行本数	参加人数
春	春・Aコース	十日町駅西口	十日町駅西口	4/29~5/8、5/15~7/17の日曜日、7/18・24	17本	57人
	春・Bコース	十日町駅西口	十日町駅西口	4/29~5/8、5/15~7/17の日曜日、7/18・24	13本	41人
	春・Cコース	まつだい駅	まつだい「農舞台」	4/29~5/8、5/14~7/23の土曜日	18本	76人
夏	夏・Aコース	十日町駅西口	十日町駅東口	7/30~9/4の月・金・土・日・祝	42本	191人
	夏・Bコース	十日町駅西口	十日町駅東口	7/30~9/4の木・土・日・祝	16本	80人
	夏・Cコース	十日町駅西口	十日町駅東口	7/30~9/4の木・土・日・祝	16本	56人
	夏・Dコース	十日町駅西口	津南町案内所	7/30~9/4の木・土・日・祝	16本	78人
	夏・Eコース	津南町案内所	十日町駅東口	7/30~9/4の木・土・日・祝	16本	59人
	夏・Fコース	まつだい駅	まつだい駅	7/30~9/4の月・金・土・日・祝	21本	79人
	夏・Gコース	まつだい駅	まつだい駅	7/30~9/4の月・金・土・日・祝	21本	101人
秋	秋・Aコース	十日町駅西口	十日町駅西口	9/11~11/13の日・祝	14本	201人
	秋・Bコース	十日町駅西口	十日町駅西口	9/11~11/13の日・祝	10本	128人
	秋・Cコース	まつだい駅	まつだい「農舞台」	9/11~11/12の土曜日	10本	192人
合計					230本	1,339人

(セレクトバスツアー催行コース内容詳細 資料編 p.12)

成果

- ・長期開催ということもあり、多種多様なコースを催行できたことは大きな成果である。次回以降のコース選定の際の基準とすることができた。
- ・中型バスのフットワークにより、大型バスで進入できない作品に行くことができるのは大きなアドバンテージである。

課題

- ・新型コロナウイルス感染症の影響、または広報が足りなかったのか、会期前半から中盤にかけては利用者ゼロの日が少なくなく残念であった。不振の原因を今一度検証し直し、次回はどのような設定・運営が適切なのかしっかり考えていく必要がある。
- ・公共交通機関に課題がある当地では、例えば十日町発～津南着など発着点が異なるコースでは、ツアー終了後に実質利用者の足を止めてしまう形になってしまう。公共交通との接続を改めて考慮しながらコースを設定していく必要がある。

(3) カスタマイズツアー

旅行業者、修学旅行など、大地の芸術祭実行委員会事務局以外の団体が企画・運営したツアーを「カスタマイズツアー」と呼称する。第8回展も数多くのカスタマイズツアーの受け入れを行った。企画側からの要望があれば、有料ではあるがNPO法人越後妻有里山協働機構がルートの提案やガイドとしての添乗などを行った。

※カスタマイズツアーの詳細は資料編 p.13

■各種問い合わせを受け、現地でのツアー受け入れ(周遊提案、ガイド添乗、各種手配)を実施。

種別	件数/人数
教育旅行	29件/1,887人
視察	20件/169人
研修	22件/458人
旅行会社募集型決定	25件/532人
(株)アートフロントギャラリー	28件/343人
その他	26件/255人
合計	2,564人

成果

- ・145日間の会期で、延べ235本のツアーの受け入れを行った。特に9月、10月の秋シーズンは紅葉時期や新型コロナウイルス感染症の落ち着きも相まって、1日あたり5本以上のツアーが催行される日もあった。旅行の目的地として注目されているコンテンツであると改めて実感することができた。
- ・コロナ禍で県内の教育旅行が増え、修学旅行や行政視察として越後妻有に来訪するケースも多く、学校教育のコンテンツや地域活性化のモデルとして広く周知された。

課題

- ・オフィシャルツアーと同様、次回展では外国人団体のツアーが多く来訪すると予想される。外国人が求めるものを調査しつつ、インバウンドに対応できるような受け入れ対策を強化していく必要がある。
- ・旅行会社募集型ツアーは新型コロナウイルス感染拡大の影響を受け、問い合わせに対し不催行となる件数が多かった。

(4) レンタサイクル

前回同様拠点となる施設・案内所にレンタサイクルを設置し、来訪者の移動手段として有料提供した。

■レンタサイクル実績

配置場所	配置台数			利用台数		
	里山E-バイク 電動クロスバイク	里チャリ 電動軽快車	合計	里山E-バイク 電動クロスバイク	里チャリ 電動軽快車	合計
十日町市	19	9	28	170	284	454
総合観光案内所	(-)	(14)	(14)	(-)	(401)	(401)
松代・松之山温泉 観光案内所	5 (-)	5 (10)	10 (10)	211 (-)	266 (235)	477 (235)
松之山温泉 ビジターセンター	8 (-)	- (-)	8 (-)	51 (-)	- (-)	51 (-)
農舞台案内所	10 (-)	0 (10)	10 (10)	347 (-)	0 (272)	347 (272)
当間高原リゾート ベルナティオ	8 (-)	- (-)	8 (-)	329 (-)	- (-)	329 (-)
合計	50 (-)	14 (34)	64 (34)	1108 (-)	550 (908)	1,658 (908)

貸出時間 午前9時～午後5時(十日町駅・まつだい駅)

貸出料金 E-バイク:4時間 1,500円・1日 2,800円・1泊2日 5,600円

里チャリ:1日 1,500円・1泊2日 2,500円

※前回展に配置していたクロスバイク(非電動自転車、計20台)は、今回展では配置しなかった

成果

・作品が集中している地点を効率よく移動する手段として、非常にニーズが大きいことが確認できた。特に松代城山は、E-バイクを用いて作品鑑賞する来訪者が非常に多く、坂道でも少ない力で走れることから非常に好評であった。

課題

・ガイドマップ等では、おおよその距離は把握できたとしても高低差が分からないため、通常の電動自転車では目的地に辿り着くまで非常に難儀をするケースがあった。自転車の仕様を見直すとともに、Google Mapの標高グラフの案内など、対策が必要。

・8回展では大きな事故はなかったが、転倒、接触事故などのリスクは今後も必ず生じるため、貸し出しの際の安全講習やルート上での案内看板などの強化が必要。



リチャード・ウィルソン「日本に向けて北を定めよ(74°33'2")」

(5) 渋滞・駐車場対策

渋滞や駐車場確保の対策として主に以下の取組みを行った。

- ・混雑が予想される日時やイベント時には誘導員を配置し誘導業務を行った。
- ・路上駐車が予想される箇所にはコーンや看板を設置し路上駐車防止に努めた。
- ・恒的に駐車場が混雑している場合には追加駐車場の確保を行った。
- ・限られたスペースを有効に使うため、砂利敷き対応やライン引き対応を行った。

成果

- ・清津峡渓谷トンネル付近では混雑がみられたものの、全体を通して来場者が分散されており、大きな混雑や渋滞は見られなかった。

課題

- ・混雑が予想される作品(新作等)では十分な広さの駐車場を用意することや追加駐車場の準備が必要がある。
- ・駐車スペースの確保や渋滞緩和のためには道路改良を含め整備が必要な箇所もあるため、助成金の活用や道路管理者と協議ができるような体制を整える必要がある。
- ・作品からできるだけ近い駐車場を確保したが、一部作品で「駐車場から作品までの距離が遠い」との声があったことから、駐車場候補地を選定する際には現場確認を行うなどお客様目線で考え、地権者と協議を行う必要がある。

11 案内体制

(1) 大地の芸術祭案内所

大地の芸術祭の案内をするための「案内所」、及び新型コロナウイルス感染拡大予防のため、来場者の検温と体調良好を示すリストバンドを配布する「検温スポット」を、以下の地点で開設した。なお、7月30日からは受付人員が配置される施設・作品全てで検温・リストバンド配布の機能を設け、来訪者の利便性を考慮した運用に変更した。

案内所・検温スポット 名	開設時期・開設時間 ※()は10/1～11/13の時間				リストバンド 配布枚数
	4/29～5/8	5/9～7/29	7/30～9/4	9/5～11/13	
十日町市総合観光案内所(十日町駅西口)	毎日 9:00～17:00	火・水以外 9:00～17:00	火・水以外 9:00～17:00	火・水以外 9:00～17:00	6,191枚
松代・松之山温泉観光案内所(まつだい駅)	毎日 9:00～17:00	火・水以外 9:00～17:00	火・水以外 9:00～17:00	火・水以外 9:00～17:00	6,850枚
苗場酒造敷地内 (津南町案内所)	毎日 9:30～17:00	火・水以外 9:30～17:00	火・水以外 9:30～17:00	火・水以外 9:30～17:00 (9:30～16:00)	4,471枚
越後妻有里山現代美術館 MonET	毎日 9:30～18:00	火・水以外 9:30～18:00	火・水以外 9:30～18:00	火・水以外 9:30～18:00	42,170枚
まつだい「農舞台」	毎日 9:30～18:00	火・水以外 9:30～18:00	火・水以外 9:30～18:00	火・水以外 9:30～18:00	26,303枚
十日町駅東口公園	—	—	火・水以外 9:30～17:00	—	530枚
十日町市利雪親雪総合センター	毎日 9:30～17:00	土日祝 9:30～17:00	火・水以外 9:30～17:00	土日祝 9:30～17:00 (9:30～16:00)	4,383枚
土市駅	毎日 9:30～17:00	土日祝 9:30～17:00	火・水以外 9:30～17:00	土日祝 9:30～17:00 (9:30～16:00)	2,482枚
清津倉庫美術館 SoKo	毎日 9:30～17:00	土日祝 9:30～17:00	火・水以外 9:30～17:00	土日祝 9:30～17:00 (9:30～16:00)	4,173枚
清津峡渓谷トンネル	毎日 9:30～17:00	火・水以外 9:30～17:00	火・水以外 9:30～17:00	火・水以外 9:30～17:00	26,418枚 (推定値あり)
「森の学校」キョウコ	毎日 9:30～17:00	火・水以外 9:30～17:00	火・水以外 9:30～17:00	火・水以外 9:30～17:00	15,831枚
松之山温泉ビジターセンター	毎日 9:30～17:00	火・水以外 9:30～17:00 (臨時定休日あり)	火・水以外 9:30～17:00 (臨時定休日あり)	火・水以外 9:30～17:00 (臨時定休日あり)	
越後妻有 「上郷クローブ座」	毎日 9:30～17:00	土日祝 9:30～17:00	火・水以外 9:30～17:00	土日祝 9:30～17:00 (9:30～16:00)	
越後湯沢駅広域観光 情報センター	毎日 8:00～18:00	火・水以外 8:00～18:00	火・水以外 8:00～18:00	火・水以外 8:00～18:00	
道の駅南魚沼雪あかり(今泉記念館内)	毎日 9:00～17:00	火・水以外 9:00～17:00	火・水以外 9:00～17:00	火・水以外 9:00～17:00	

成果

- ・ゴールデンウィークからのスタートだったため、当初は案内所全体が芸術祭の情報に追いついていない状況であったが、日数を重ねるにつれ案内所のスタッフのスキルが上昇し、的確な案内ができた。
- ・芸術祭の案内だけでなく、越後妻有のその他の観光地や、近隣自治体の観光情報なども併せて情報提供することができ、芸術祭への来場者を周遊させる役割も担うことができた。

課題

- ・当初、上記案内所・検温スポットでの検温・リストバンド授受が必須事項だったため、それを知らない来訪者から多くの苦情をいただいた。夏以降運用変更を行いそういった声は減ったものの、当初からもっと柔軟な運用体制ができたのではと考えられる。
- ・長期開催ということもあり、会期中から運用が変更されるケースがあったが、それが案内所全てに早急な情報共有ができたとは言い難く、一部案内所では古い情報を発信したままなど連絡体制に課題を残した。



(2) サイン看板

来訪者を作品まで案内する仮設看板は、約510基を設置した。また、代表的な作品を案内する恒久看板は約110基設置してある。加えて、駐車場位置を案内するものや、駐車場から各作品までを案内する補助看板も作成し設置した。

成果

- ・8回展は公開日がイレギュラーな作品があったため、作品までの案内看板に加え「休祭日の周知」、「検温所へ立ち寄り」看板の設置を行った。
- ・駐車場から作品までの距離が離れている箇所については、歩行者用のサイン看板を充実させた。
- ・補助看板を自立式とすることで、台風などの強風時にも影響がなかった。
- ・Google Mapに登録されている作品情報を基に作品巡りをされる方もおり、誤誘導の防止や利便性を高めるためにGoogle Map上の作品情報の更新や修正を行った。

課題

- ・来場者から「文字が見えにくい」、「看板の数が少ない」といった声があった。表示できる情報量に限りはあるが、状況に応じた的確な情報を伝えることが必要。
- ・梅雨時期に作品周辺や動線がぬかるんで歩きにくい箇所があった。対応できる箇所については砂利を敷く等の対応を行ったが、屋外作品等の通年鑑賞できる作品については今後も改善が必要。

12 広報

(1) 広報の方針

- ・コロナ禍で海外はもちろん、県外からの誘客が困難な場合も想定されたため、これまで以上に県民及び地域住民への販売促進を強化。特に、従来からターゲットにしていたファミリー層のほか、地域づくり・文化に関心の高い方や中高年の掘り起こしを行った。
- ・初の休祭日や作品ごとの公開日不統一の周知のため、各印刷物やホームページ、SNS での掲示を徹底。
- ・会期に向けて作家や地域のインタビュー動画をシリーズで公開し、芸術祭のコアファンの拡大に努めた。

(2) 広報制作物

■配布物

名称	印刷階数・仕様	納品日	主な配布先
B2 ポスター (メインビジュアル)	3,000 部 仕様: B2 / ヴァンヌーボ V スノーホワイト 130kg / 4c + 特 1c / 0c	2022 年 3 月 9 日	全国美術館、ギャラリー、県内各施設、十日町市・津南町内各施設 など
B2 ポスター (サブポスター)	40 部(10 部×4 種) 仕様: B2 / 上質 135kg / 4c + 特 1c / 0c	2021 年 3 月 9 日	各企画発表会、PR イベント等
B1 ポスター (JR 広告入り)	800 部 仕様: B1 / ヴァンヌーボ V スノーホワイト 130kg / 4c / 0c	2022 年 6 月 20 日	JR 首都圏主要駅
パンフレット第1弾 (日)	90,000 部(3 月 40,000 部、4 月増刷 40,000 部、4 月増刷 10,000 部) 仕様: A4 / 6 頁巻三つ折 / マットコート 110kg / 4c / 4c	2022 年 3 月 8 日	全国美術館、ギャラリー、県内各施設、十日町市・津南町内各施設、メディア、関係者 など
パンフレット第1弾 (英)	8,000 部(4 月 3,000 部、5 月増刷 5,000 部) 仕様: A4 / 6 頁巻三つ折 / マットコート 110kg / 4c / 4c	2022 年 4 月 6 日	全国美術館、ギャラリー、県内各施設、十日町市・津南町内各施設、メディア、関係者 など
パンフレット第2弾 (日英併記)	60,000 部(6 月 30,000 部、8 月増刷 20,000 部、9 月増刷 10,000 部) 仕様: A4 / 8 頁観音折 / マットコート 90kg / 4c / 4c	2022 年 6 月 28 日	全国美術館、ギャラリー、県内各施設、十日町市・津南町内各施設、メディア、関係者 など
こども向けチラシ	200,000 部 仕様: A4 / マットコート 57.5kg / 5c / 4c	2022 年 7 月 11 日	県内小中学校、現地各案内所、施設、作品
里山めぐりガイド 夏 ver	15,000 部 仕様: A4 / スクラム製本 / マットコート 44.5kg	2022 年 6 月 22 日	現地各案内所、施設、作品
里山めぐりガイド 秋 ver	4,500 部 仕様: A4 / スクラム製本 / マットコート 44.5kg	2022 年 10 月 22 日	現地各案内所、施設、作品
イベントパンフレット	20,000 部 仕様: A3 / マットコート 90kg / DM 折(二つ折りの後、巻き三つ折) / 4c + 特 1c / 4c	2022 年 7 月 15 日	現地各案内所、施設、作品
作品公開カレンダー 第1版(4/25ver)	20,000 部 仕様: A3 / マットコート 90kg / 4c / 4c	2022 年 4 月 27 日	現地各案内所、施設、作品
作品公開カレンダー 第2版(7/31ver)	20,000 部 仕様: A3 / マットコート 90kg / 4c / 4c	2022 年 8 月 4 日	現地各案内所、施設、作品
作品公開カレンダー 第3版(8/8ver)	15,000 部 仕様: A3 / マットコート 90kg / 4c / 4c	2022 年 8 月 11 日	現地各案内所、施設、作品
作品公開カレンダー 第4版(9/1ver)	5,000 部 仕様: A3 / マットコート 90kg / 4c / 4c	2022 年 9 月 4 日	現地各案内所、施設、作品
作品鑑賞パスポート お得な特典ガイド	30,000 部 仕様: A4 / 中綴じ製本 / コート 60kg / 4c / 4c	2022 年 8 月末日	現地各案内所、施設、作品

※その他、各作品や企画展の個別チラシを作成。各案内所や施設に配布

印刷物ビジュアル例



EVENT CALENDAR 8.30-9.11

開催日	時間	会場	内容
8.30	18:00	越後妻有 大地の芸術祭 2022 越後妻有 大地の芸術祭 2022 越後妻有 大地の芸術祭 2022	越後妻有 大地の芸術祭 2022 越後妻有 大地の芸術祭 2022 越後妻有 大地の芸術祭 2022
8.31	18:00	越後妻有 大地の芸術祭 2022 越後妻有 大地の芸術祭 2022 越後妻有 大地の芸術祭 2022	越後妻有 大地の芸術祭 2022 越後妻有 大地の芸術祭 2022 越後妻有 大地の芸術祭 2022
9.1	18:00	越後妻有 大地の芸術祭 2022 越後妻有 大地の芸術祭 2022 越後妻有 大地の芸術祭 2022	越後妻有 大地の芸術祭 2022 越後妻有 大地の芸術祭 2022 越後妻有 大地の芸術祭 2022
9.2	18:00	越後妻有 大地の芸術祭 2022 越後妻有 大地の芸術祭 2022 越後妻有 大地の芸術祭 2022	越後妻有 大地の芸術祭 2022 越後妻有 大地の芸術祭 2022 越後妻有 大地の芸術祭 2022
9.3	18:00	越後妻有 大地の芸術祭 2022 越後妻有 大地の芸術祭 2022 越後妻有 大地の芸術祭 2022	越後妻有 大地の芸術祭 2022 越後妻有 大地の芸術祭 2022 越後妻有 大地の芸術祭 2022
9.4	18:00	越後妻有 大地の芸術祭 2022 越後妻有 大地の芸術祭 2022 越後妻有 大地の芸術祭 2022	越後妻有 大地の芸術祭 2022 越後妻有 大地の芸術祭 2022 越後妻有 大地の芸術祭 2022
9.5	18:00	越後妻有 大地の芸術祭 2022 越後妻有 大地の芸術祭 2022 越後妻有 大地の芸術祭 2022	越後妻有 大地の芸術祭 2022 越後妻有 大地の芸術祭 2022 越後妻有 大地の芸術祭 2022
9.6	18:00	越後妻有 大地の芸術祭 2022 越後妻有 大地の芸術祭 2022 越後妻有 大地の芸術祭 2022	越後妻有 大地の芸術祭 2022 越後妻有 大地の芸術祭 2022 越後妻有 大地の芸術祭 2022
9.7	18:00	越後妻有 大地の芸術祭 2022 越後妻有 大地の芸術祭 2022 越後妻有 大地の芸術祭 2022	越後妻有 大地の芸術祭 2022 越後妻有 大地の芸術祭 2022 越後妻有 大地の芸術祭 2022
9.8	18:00	越後妻有 大地の芸術祭 2022 越後妻有 大地の芸術祭 2022 越後妻有 大地の芸術祭 2022	越後妻有 大地の芸術祭 2022 越後妻有 大地の芸術祭 2022 越後妻有 大地の芸術祭 2022
9.9	18:00	越後妻有 大地の芸術祭 2022 越後妻有 大地の芸術祭 2022 越後妻有 大地の芸術祭 2022	越後妻有 大地の芸術祭 2022 越後妻有 大地の芸術祭 2022 越後妻有 大地の芸術祭 2022
9.10	18:00	越後妻有 大地の芸術祭 2022 越後妻有 大地の芸術祭 2022 越後妻有 大地の芸術祭 2022	越後妻有 大地の芸術祭 2022 越後妻有 大地の芸術祭 2022 越後妻有 大地の芸術祭 2022
9.11	18:00	越後妻有 大地の芸術祭 2022 越後妻有 大地の芸術祭 2022 越後妻有 大地の芸術祭 2022	越後妻有 大地の芸術祭 2022 越後妻有 大地の芸術祭 2022 越後妻有 大地の芸術祭 2022

●イベントチケットの購入方法

○オンライン

QRコード

○店頭

●お問い合わせ

www.echigo-tsumari.jp

JAPAN CULTURAL EXPO



大地の芸術祭 2022 公開カレンダー

開催日	時間	会場	内容
8.30	18:00	越後妻有 大地の芸術祭 2022 越後妻有 大地の芸術祭 2022 越後妻有 大地の芸術祭 2022	越後妻有 大地の芸術祭 2022 越後妻有 大地の芸術祭 2022 越後妻有 大地の芸術祭 2022
8.31	18:00	越後妻有 大地の芸術祭 2022 越後妻有 大地の芸術祭 2022 越後妻有 大地の芸術祭 2022	越後妻有 大地の芸術祭 2022 越後妻有 大地の芸術祭 2022 越後妻有 大地の芸術祭 2022
9.1	18:00	越後妻有 大地の芸術祭 2022 越後妻有 大地の芸術祭 2022 越後妻有 大地の芸術祭 2022	越後妻有 大地の芸術祭 2022 越後妻有 大地の芸術祭 2022 越後妻有 大地の芸術祭 2022
9.2	18:00	越後妻有 大地の芸術祭 2022 越後妻有 大地の芸術祭 2022 越後妻有 大地の芸術祭 2022	越後妻有 大地の芸術祭 2022 越後妻有 大地の芸術祭 2022 越後妻有 大地の芸術祭 2022
9.3	18:00	越後妻有 大地の芸術祭 2022 越後妻有 大地の芸術祭 2022 越後妻有 大地の芸術祭 2022	越後妻有 大地の芸術祭 2022 越後妻有 大地の芸術祭 2022 越後妻有 大地の芸術祭 2022
9.4	18:00	越後妻有 大地の芸術祭 2022 越後妻有 大地の芸術祭 2022 越後妻有 大地の芸術祭 2022	越後妻有 大地の芸術祭 2022 越後妻有 大地の芸術祭 2022 越後妻有 大地の芸術祭 2022
9.5	18:00	越後妻有 大地の芸術祭 2022 越後妻有 大地の芸術祭 2022 越後妻有 大地の芸術祭 2022	越後妻有 大地の芸術祭 2022 越後妻有 大地の芸術祭 2022 越後妻有 大地の芸術祭 2022
9.6	18:00	越後妻有 大地の芸術祭 2022 越後妻有 大地の芸術祭 2022 越後妻有 大地の芸術祭 2022	越後妻有 大地の芸術祭 2022 越後妻有 大地の芸術祭 2022 越後妻有 大地の芸術祭 2022
9.7	18:00	越後妻有 大地の芸術祭 2022 越後妻有 大地の芸術祭 2022 越後妻有 大地の芸術祭 2022	越後妻有 大地の芸術祭 2022 越後妻有 大地の芸術祭 2022 越後妻有 大地の芸術祭 2022
9.8	18:00	越後妻有 大地の芸術祭 2022 越後妻有 大地の芸術祭 2022 越後妻有 大地の芸術祭 2022	越後妻有 大地の芸術祭 2022 越後妻有 大地の芸術祭 2022 越後妻有 大地の芸術祭 2022
9.9	18:00	越後妻有 大地の芸術祭 2022 越後妻有 大地の芸術祭 2022 越後妻有 大地の芸術祭 2022	越後妻有 大地の芸術祭 2022 越後妻有 大地の芸術祭 2022 越後妻有 大地の芸術祭 2022
9.10	18:00	越後妻有 大地の芸術祭 2022 越後妻有 大地の芸術祭 2022 越後妻有 大地の芸術祭 2022	越後妻有 大地の芸術祭 2022 越後妻有 大地の芸術祭 2022 越後妻有 大地の芸術祭 2022
9.11	18:00	越後妻有 大地の芸術祭 2022 越後妻有 大地の芸術祭 2022 越後妻有 大地の芸術祭 2022	越後妻有 大地の芸術祭 2022 越後妻有 大地の芸術祭 2022 越後妻有 大地の芸術祭 2022

大地の芸術祭 2022 作品鑑賞パスポート お得な特典ガイド

宿泊施設

お食事処

お土産

お風呂

お土産

■販売物

名称	印刷倍率・仕様	販売開始日	販売価格(税込)
公式ガイドブック (発行:NPO 法人越後妻有里山協働機構)	16,000部 仕様:A5/232頁/b7トラネクスト AT50.5kg/ アジロ綴製本/4C/4C	2022年4月25日	1,400円
公式ガイドブック 英語版小冊子(発行:NPO 法人越後妻有里山協働機構)	3,000部 仕様:A5/36頁/マット紙70kg相当/中綴製本/ 4c/4c	2022年4月29日	800円
ガイドマップ	20,000部 仕様:展開サイズ 700×444(mm)/仕上サイズ 148×100(mm)/ポエム 73kg/四六・Y/4c/4c	2022年4月29日	100円

■チケット

名称	印刷倍率・仕様	販売開始日	販売価格(税込)
個別鑑賞券	81,400部(10種合計) 仕様:B8ほか/上質110kg/4c/4c	2022年4月29日	300~1,500円
作品鑑賞パスポート引換券(延期前)	一般8,000枚、学生500枚 仕様:60mm×150mm/上質180kg/4c+特 1c/1c	2021年3月16日	一般3,500円 学生2,500円
作品鑑賞パスポート引換券	一般10,000枚、学生500枚 仕様:60mm×150mm/上質180kg/4c+特 1c/1c	2022年3月24日	一般3,500円 学生2,500円
作品鑑賞パスポート	80,000冊(一般70,000冊、学生10,000冊) 仕様:A6/表紙 4P+本文 20頁/HS ライトフォス 78g/m ² 、カード紙260g/m ² /無線綴製本+角R加工 /[本文]ポエム 4c/4c[表紙]一般 片面 2c(特 2c /0)、学生 片面 3c(特 3c/0) /マット PP+エボス/	2022年4月15日	早期割(~7/29) 一般3,500円 学生2,500円 通常料金 一般4,500円 学生3,500円
こどもパスポート	20,000枚 仕様:w417mm×H148mm(仕上がり寸法 w105mm×H148mm)/蛇腹折/上質110kg/ 4c/4c	2022年4月25日	無料

■動画

※ HP=ホームページ

名称	公開日	主な掲載先
2021年3月16日「大地の芸術祭 越後妻有アートトリエンナーレ2021」企画発表会(英訳付)	2021年3月16日	芸術祭公式 YouTube、公式HP
【越後妻有 大地の芸術祭 2022 作品】笠原由起子/宮森はるな「植物記 一植物をめぐる百の冒険」 ※シリーズ作品全18本(予告編2本、本編15本、総括編1本)	2021年5月20日 ~2022年7月29日	芸術祭公式 YouTube、公式HP
越後妻有のサイトスペシフィックな作家たち interviewed by 北川フラム ※シリーズ合計41本/出演作家:名和晃平、目[mé]、ニコラ・ダロ、中谷ミチコ、栗田宏一、カールステン・ニコライ、河口龍夫、田島征三、イリヤ&エミリア・カバコフ、深澤孝史、ハウ・ファ・ランジーコン、岡淳、86B210、中崎透、布施知子	2021年7月21日 ~8月6日	芸術祭公式 YouTube、公式HP
豪雪の地で、米をつくり生活を営むこと interviewed by 北川フラム ※シリーズ合計3本/出演者:庭野信一(赤倉集落)、滝澤満直(結束集落)、藤ノ木宣重・藤ノ木幸博・石沢隆(大赤沢集落)	2021年11月12日 ~2022年2月11日	芸術祭公式 YouTube、公式HP
「越後妻有 大地の芸術祭 2022」企画発表会(3/24 18:30~ライブ配信)	2022年3月24日	芸術祭公式 YouTube
ついに開幕!越後妻有 大地の芸術祭 ※シリーズ合計5本	2022年4月25日	芸術祭公式 YouTube、公式HP
【越後妻有 この大地の里山は キャンバスになり 祭りがはじまる。】	2022年7月13日	芸術祭公式

※シリーズ合計4本／撮影集落: 願入集落、田野倉集落、蓬平・会沢集落、中手集落	～9月22日	YouTube、十日町市 HP
「森の学校」キョロロ 自然と里山の暮らし、地域の魅力を未来へ	2022年9月22日	芸術祭公式 YouTube
大赤沢分校 作品公開記念「大赤沢分校再生シンポジウム」 (11/12 13:30～ライブ配信)	2022年11月12日	芸術祭公式 YouTube
【越後妻有・十日町の味】うぶすなの家のばあばがつくる「おひら」	2022年11月20日	芸術祭公式 YouTube
里山のくらし／田野倉集落、会沢集落 ※シリーズ合計2本	2022年2月14日	芸術祭公式 YouTube
大地のおかずプロジェクト	2022年2月14日	芸術祭公式 YouTube

成果

- ・ガイドブックは全作品に詳細情報を記載したことで、分かりやすいという声が多かった。
- ・動画は生配信含め60本以上配信。延長から開催までの1年間で作家や地元の想いを深く伝え、芸術祭への理解とコアファンの拡大につながった。
- ・個別鑑賞券を刷新。地域の文化を各イラストで紹介し、目標だった”集めたくなる券”が完成。

課題

- ・作品公開カレンダーは、更新タイミングや部数の判断が難しく、計画的な発行ができなかった。
- ・各施設や作家が独自に発行する印刷物が多い中、各所との事前共有が徹底できず、混乱を招いた。
- ・ホームページやアプリでは全体像が見えないためマップを事前に欲しがる方が多かったが、ECで単体販売しておらず、需要に対応できなかった。
- ・芸術祭を端的に伝えられる、新しいPVが作成が必要。
- ・今回はコロナ禍で海外対応は優先度が低かったが、今後、海外目線で有効な印刷物が必要。

(3) 公式ホームページ・SNS

公式ホームページをはじめ、Instagram、Twitter、Facebook などソーシャル・ネットワーキング・サービス(SNS)を活用し、情報の拡散や大地の芸術祭の里としてのブランディングに努めた。

■大地の芸術祭 公式ホームページ 2022年1月から11月までのログ情報(全体)

月	ユニークユーザー数	訪問数	月	ユニークユーザー数	訪問数
1月	46,098 (28,038)	61,925 (48,939)	7月	115,170 (122,403)	186,603 (260,350)
2月	40,855 (29,569)	52,436 (53,288)	8月	125,420 (215,578)	213,521 (533,112)
3月	40,553 (36,845)	58,016 (65,563)	9月	97,713 (140,933)	170,316 (350,059)
4月	65,254 (30,748)	102,342 (54,538)	10月	81,306 (36,936)	136,859 (61,557)
5月	90,061 (46,507)	148,425 (85,121)	11月	53,106 (26,448)	81,039 (40,109)
6月	269,122 (60,579)	341,209 (116,555)	合計	1,024,658 (745,015)	1,552,691 (1,669,191)

※()は2018年

※ユニークユーザー数とは、Webサイトを訪問した人の数。1日に同じWebサイト(またはページ)を同じ人が複数回訪問しても、1ユーザーとしてカウントされる。

※訪問数(=セッション数)は、ユーザーがサイトを訪問した数。1日に30分以上あけて複数回訪問した場合は複数回カウント。

■大地の芸術祭 公式ホームページ 2022年1月から11月までのログ情報(海外訪問数)

	2018年	2022年
海外訪問数(セッション数)	161,500(全体の9.6%)	67,817(全体の4.3%)

■大地の芸術祭 公式Twitter 2022年4月から11月までのログ情報

月	ツイート数	ツイートインプレッション	フォロワー	新規フォロワー
4月	42	327,381	71,178	279
5月	58	299,584	71,490	312
6月	34	473,112	71,904	414
7月	47	270,967	72,066	162
8月	45	245,236	72,341	275
9月	36	227,570	72,465	124
10月	48	193,350	72,490	25
11月	37	166,319	72,404	-86
合計	347	2,203,519	-	1,505

※ツイートアナリティクスにて算出(2023年2月時点)

※ツイートインプレッション:各ユーザーのタイムラインに表示された回数。リツイートで増加。

■大地の芸術祭 公式Instagram 2022年4月から11月までのログ情報

月	投稿数	インプレッション	フォロワー	新規フォロワー
4月	30	253,623	22,290	667
5月	30	278,439	23,434	1,144
6月	29	284,068	24,894	1,460
7月	32	341,601	25,572	678
8月	36	429,979	26,439	867
9月	32	413,559	26,988	549
10月	30	328,939	27,621	633
11月	29	311,707	27,658	37
合計	248	2,641,915	-	6,035

※インスタグラム内インサイトから算出

※インプレッション:ユーザーの画面に表示された数(表示回数)

■大地の芸術祭 公式Facebook 2022年4月から11月までのログ情報

※仕様変更により不明な数値あり。

月	フォロワー数	合計リーチ平均	月	フォロワー数	合計リーチ平均
4月	44(0)	不明(3,436)	8月	68(745)	44,233(13,577)
5月	94(426)	不明(4,384)	9月	42(361)	51,772(9,851)
6月	38(390)	18,533(4,727)	10月	34(不明)	33,836(不明)
7月	51(720)	35,062(7,783)	11月	13(不明)	34,303(不明)
				最終23,429	

※いいね数=ページのファンの数(各月末時点での数) / ※合計リーチ平均=各月間の投稿、他のページへの投稿、ページのいいね! 広告、言及、チェックインなど、ページに関連する何らかのアクティビティが配信された人の数。

成果

- ・会期前から高頻度で発信し、情報を届け続けた。
- ・公式LINE をスタート。会期中の登録者は1,000件近くとなり、渋滞・完売・満車情報など、Twitterやインスタよりもリアルタイム&プッシュ通知で伝えられた。

課題

- ・作品別の公開日の決定が遅く、会期中に変更も相次ぎ、ホームページの更新作業に膨大な労力を費やした。なるべく情報は統一し、早めの決定が全てにおいて重要。
- ・初めて設定された休祭日やセレクトバスツアーの周知が足りず、公開日の問合せが多かった。
- ・SNSの露出は人気作品に偏りがちで、既存作品の掘り起こしが不十分だった。
- ・ホームページの改修が進まず、ユーザーのストレス軽減に至らなかった。表示速度やアクセスの誤表記など急ぎ改善が必要。

(4) 公式アプリ

2021年9月21日からリリースした大地の芸術祭公式アプリにて、作品紹介及びナビゲーション、作品付近の地元視点の解説にてある程度の文化情報に触れながらの作品巡りをサポートし、また、スタンプラリー機能の付加にて期待度と回遊性を向上させた。さらには利用ログからユーザー属性や行動の特徴を調査・分析した。

■運用実績(4月26日～11月13日)

分析項目	カウント数合計(括弧内前回展)
インストールユーザー数	17,425件(3,594件)
アクティブユーザー数	107,426件(8,006件)
スタンプ有効化ユーザー数	10,799件(一件)
スタンプ押下ユーザー数	8,019件(一件)
ガイド閲覧ユーザー数	14,031件(一件)

※前回展は「十日町ナビ」のインストール数

※前回は7/29から9/17まで

成果

- ・電子スタンプラリー機能の無料開放や作品位置情報検索機能により、回遊性や利便性が向上。

課題

- ・会期初旬にQRコード設置の不徹底や設置方法の不統一で、混乱を招いた。
- ・ランニングコストの確保が不安定、かつ英語化対応ができていない。
- ・同期頻度が少ないため修正がリアルタイムに反映せず、各媒体で情報が異なり、混乱を招いた。
- ・作品場所の登録が早い段階で必要のため、屋外作品の場所が実際と異なっていたり、駐車場の場所が後から決まったりと、修正が頻発。お客様にも混乱を招いた。



(5) パブリシティ掲載(2022年1月～12月)

今回の芸術祭では、新聞328件(うちローカル新聞288件)、雑誌59件、TV71件(うちローカルTV40件)、ラジオ7件、Web/SNS288件、書籍11件、その他123件、合計887件(事務局把握分のみ)の掲載や報道があった。うち11件が海外メディアだった。(パブリシティ掲載・報道一覧 資料編 p.15)

2022年1月から12月までで事務局が把握した件数は下記のとおりであるが、事務局が取材対応したもの以外で記事掲載・報道されるケースもあり、把握しきれていないものも多くあると思われる。記事掲載や報道の種類が多岐に渡り、その全てを広告換算することは困難であるが、事務局で換算できた部分だけでも推計で35億円9千万円を超えた。

■記事掲載報道件数・広告換算推計額

区分	新聞	雑誌	テレビ	ラジオ	Web/ SNS	書籍/ その他	うち海外 メディア	合計
記事掲載 報道数(件)	470 (428)	44 (175)	101 (47)	0 (25)	317 (485)	9 (53)	11 (418)	801 (1,213)
広告換算 推計額(円)	6,723,77,230 (585,126,187)		2,892,967,067 (3,166,420,000)		28,932,722 (9,790,760)			3,593,737,018 (3,761,336,947)

※()は前回展(ただし会期が異なるため、2018年4月～11月で算出および広告換算)

成果

- ・例年の露出ピークは会期直前～初旬だが、今回は会期終了まで露出が続き、秋の集客につながった。
- ・長期開催かつ新作の先行公開により、内覧会や印刷物で完成状態を紹介できた。
- ・新潟県の協力により海外インフルエンサーを通じた露出ができ、海外での認知度向上につながった。
- ・お客様の SNS 投稿で既存作品が拡散され、作品の掘り起こしになった。

課題

- ・コロナ禍で海外 PR は消極的だったため、海外メディアの露出が大幅に減少。
- ・会期中の取材の管理、および多数の関係者への事前共有が徹底できなかった。
- ・メディアが多様化し、インフルエンサーの位置づけなどが複雑で、ルールが曖昧になった。
- ・新規メディアや若年層向けのメディアでの露出につなげられなかった。

(6) 広告掲載

文化庁補助金や新型コロナウイルス感染症対策のための臨時交付金などを活用しながら、広告宣伝活動を行った。

■広告媒体数・広告費

媒体	新聞	印刷物	テレビ	ラジオ	Web 他	合計
広告数(件)	42(73)	7(4)	5(9)	3(11)	3(11)	60(108)
広告費(円)	5,687,000 (3,740,000)	1,105,000 (800,000)	1,500,000 (3,888,000)	印刷物・テレビを含む (1,046,000)	249,241 (702,000)	8,541,241 (10,176,000)

※()は前回展

成果

- ・新潟日報とのインスタキャンペーンや紙面広告、ディレクターの連載、および県内 TV 局との連携など、県内マスメディアへの露出を強化できた。
- ・瀬戸内国際芸術祭およびリボンアートフェスティバルとの合同プロモーションを展開するなど、インバウンド回復を見据えて新たな枠組みで周知を展開することができた。

課題

・Web や SNS 広告など、昨今の時代に合わせた広告をより活用すれば、更に効果的な成果をえられた可能性はあるが、人的リソース不足から実現に至らなかったため、広告業務のより効果的なアウトソーシングの検討が必要である。

(7) 交通メディア

イメージ	期間	項目	内容
	7月中旬～11月中旬	ヤマト運輸車両ラッピング	新潟市・長岡市・越後妻有地域近隣自治体を中心とした県内370台の荷物運送車両に再剥離シール及びマグネットシートにてラッピングを施した。
	7月から毎日運行	高速バスラッピング	アイ・ケー・アライアンスの県内高速バスの外観をラッピングし、新潟～十日町間を運行。
	4月29日～11月13日	JR 東日本列車ラッピング	新潟県内を走る E129 系(2両編成)の車両の外観と内観をラッピング。新潟県内を中心とした各線の定期列車で会期中運行。
	7月30日～9月4日	JR 越後湯沢駅構内ジャック	横幕とタペストリーを夏シーズンにあわせて越後湯沢駅内をジャックして掲示。

成果

- ・大きなロゴと芸術祭の名前が人々の目に留まり、県内における開催の周知に貢献できた。
- ・芸術祭を知らない層や海外客も集まる越後湯沢駅での構内ジャックは、認知度向上に大きく貢献した。冬季のスキー客や海外客にも通年で実施を検討したい。

課題

・交通系媒体の広告に合わせて、パブリシティや Web上の広告など、クロスメディアでの展開をすることで更なる広告効果が期待されるが、そのような戦略的広告の展開を検討する時間的余がないため、人員体制を見直すか、アウトソーシングする必要がある。

(8) 市町広報

「市報とおかまち」及び「広報つなん」では大地の芸術祭の特集やコーナーをつくり、地元住民に向けた情報発信やサポーター参加への募集を行った。(市報とおかまち・広報つなん 掲載記事タイトル・内容一覧 資料編 p.27)

成果

- ・地域内住民に対して、大地の芸術祭の意義や、地域内で尽力している人・集落などを周知することができた。
- ・これらの周知は、地域の課題解決の糸口の気づきや魅力発見への一翼を担い、さらには地域活性化のための行動変容を生み出すためのものであるから、記事を見た人の機運醸成、次回の芸術祭への参加の検討等につながることを期待したい。

課題

- ・時間的な制限や財源的な制約があり、コンスタントに深みのある情報を提供できなかった。大地の芸術祭を通じた地域活性化の取り組みを進めていくには、地域住民の本取り組みに対する十分な理解が必要であり、また、新たな地域づくりのキーパーソンが現れることが重要であるため、地域住民にこそより丁寧にプロモーションを展開する必要がある(インナープロモーションの実現)。

(9) 企画発表会・各種 PR イベント

大地の芸術祭のプロモーションのため、以下のとおり企画発表会や PR イベントを行った。

(項目中 実行委員会=大地の芸術祭実行委員会、NPO=NPO 法人越後妻有里山協働機構)

- ・「大地の芸術祭 越後妻有アートトリエンナーレ 2021 企画発表会」※延期前
(主催:実行委員会/2021年3月16日/まつだい郷土資料館)
- ・『今年の越後妻有』直前 目[mé]×北川フラム対談]ゲスト:目[mé]
(主催:NPO/2021年7月21日/越後妻有里山現代美術館 MonET)
- ・「HILLSIDE TERRACE 猿楽祭 2021」
(主催:代官山ヒルサイドテラス/2021年11月6日~7日/東京・代官山ヒルサイドテラス)
- ・「大地の芸術祭ショップ」JRLルミネ内出店
(主催:株ルミネ/2021年10月7日~17日、12月15日~23日/神奈川・ルミネウイング大船店)
- ・「越後妻有 大地の芸術祭 2022 サポーターミーティング」
(主催:NPO/2022年3月4日/オンライン)
- ・「越後妻有 大地の芸術祭 2022 企画発表会」
(主催:実行委員会/2022年3月24日/東京・渋谷ヒカリエ 8/、越後妻有文化ホール「段十ろう」、越後妻有里山協働機構 MonET)
- ・「越後妻有 大地の芸術祭 2022 直前! アートを通じた地域づくりに参加しよう!」
ゲスト:北川フラム、玉木由紀子(主催:MOYORe/2022年3月27日/新潟市・MOYORe:)
- ・「新潟プレミアサロン」講演:原蜜 (主催:新潟県/2022年4月18日/東京・ネスパス新潟)
- ・「サポーター活動説明会」(主催:NPO/2022年4月24日、5月30日/オンライン)
- ・「ついに開幕! 『越後妻有 大地の芸術祭 2022』+『瀬戸内国際芸術祭 2022』トークイベント」
ゲスト:名和晃平、目[mé]、アレクサンドル・ポノマリョフ(主催:実行委員会・瀬戸内国際芸術祭実行委員会/2022年4月25日/東京・渋谷ヒカリエ 8/)
- ・「越後妻有 大地の芸術祭 2022」プレストツアー
(主催:実行委員会/2022年4月28日/11社12人参加/十日町市・津南町)
- ・「Tourism Academy SOMEWHERE オンライン講座『ニューウェーブ観光戦略論#6』」

- パネリスト:原蜜(主催:株式会社水星/2022年5月12日/オンライン)
- ・「MOYORe:×大地の芸術祭イベント」
(主催:MOYORe/5月28日、6月30日、8月17日/新潟市・MOYORe、オンライン)
 - ・「新潟プランチ同友会」基調講演:北川フラム
(主催:新潟日报社/2022年6月15日/新潟市・アートホテル新潟駅前)
 - ・「サポーター活動説明会」
(主催:NPO/2022年7月8日/長岡 NaDeC BASE)
 - ・「長崎県立大学 サポーター活動説明会」
(主催:新潟県観光協会、NPO/2022年7月11日/東京・株式会社アートフロントギャラリー、長崎・長崎県立大学 ※オンライン)
 - ・「日本大学芸術学部 芸術祭・サポーター活動説明会」
(主催:日本大学芸術学部/2022年7月14日/東京・日本大学芸術学部)
 - ・「新潟経営大学 サポーター活動説明会」
(主催:新潟県観光協会、NPO/2022年7月21日/新潟市・経営大学 ※オンライン)
 - ・「芸術祭説明会」
(主催:たいけん美じゅつ場 VIVA/2022年7月23日/茨城・たいけん美じゅつ場 VIVA)
 - ・「国際情報大学 サポーター活動説明会」
(主催:新潟県観光協会、NPO/2022年7月25日/新潟市・国際情報大学 ※オンライン)
 - ・「夏直前プレスツアー」
(主催:実行委員会/2022年7月25日~26日/13社16人参加/十日町市・津南町)
 - ・「JRE MALL Cafe 大地の芸術祭オンラインイベント」
(主催:JRE MALL Cafe/2022年9月10日/神奈川・JR横浜駅内、オンライン)

成果

- ・例年の企画発表会や出店に加え、各大学や企業、新潟県、他芸術祭との連携により、こへび隊募集も兼ねた PR イベントを複数回開催。生配信やオンラインセミナーへの出演も増え、多数の新しい層にアプローチできた。

課題

- ・オンライン配信の増加により、現地のネット環境や機材の問題も発生し、想定以上の労力と費用となった。また今後、アーカイブで海外対応できるよう字幕の追加も必要。
- ・プレスツアーの有効性については、目的を明確にし、実施の検討が必要。

13 地域のおもてなし

来訪者に対して大地の芸術祭作品及び地域の情報を紹介することを目的に、市民が自主的に行う来訪者受け入れ事業に対して、補助金を助成する千客万来事業補助金を実施した。

補助対象は十日町市内の地域・団体。

交付申請団体数	交付申請額	交付決定団体数	交付決定額	補助金確定額
15 団体	1,359 千円	15 団体	1,322 千円	1,282 千円

(千客万来事業実施団体及び事業名 資料編 p.27)

また、新型コロナウイルス感染症予防対策のため検温スポットを設置した。その運営をする者に対し、当該運営活動を支援するため、十日町市ポストコロナおもてなし支援事業補助金を実施した。

補助対象は大地の芸術祭の作品管理に関係する団体。

交付申請団体数	交付申請額	交付決定団体数	交付決定額	補助金確定額
4 団体	2,030 千円	4 団体	2,030 千円	2,030 千円

(ポストコロナおもてなし支援事業実施団体及び実施場所 資料編 p.28)

成果

- ・各地域が独自のおもてなしを行ったことにより、来訪者にとっては作品鑑賞だけでなく地域との交流という付加価値が生まれた。
- ・これまでの芸術祭には無かった検温スポットの運営という負担に対して、人件費分の補助を出すことにより実施者の金銭的な負担の軽減ができた。

課題

- ・千客万来事業について、前回展の申請数 23 団体に対して今回展は 13 団体に留まった。より多くの団体・地域が本事業を活用し、来訪者をおもてなしできるよう事業の周知・整備が課題。また、補助対象が限られており補助率が最大で 2/3 であるため、どうしても地域の負担が発生する。地域の自主性を大事にする一方で、地域の負担が大きくなるよう考える必要がある。

14 広域連携

大地の芸術祭は、近隣市町村をはじめとした地域外に与える影響も大きい。誘客の視点・受け入れ対策の視点ともに越後妻有地域を超えた広域で展開することで効果が高まる、あるいはサービスが充実することから、次の取り組みを展開した。

- ・雪国観光圏(新潟県魚沼市・南魚沼市・湯沢町・津南町・十日町市、群馬県みなかみ町、長野県栄村)の7つの市町村からなる地域連携DMO組織
 - …大地の芸術祭のワーキンググループを設置。芸術祭を深く知る機会(視察ツアー)の実施及びLINEグループを組んで情報共有を行った。
 - …ガイドブックに雪国観光圏としての情報を掲載した(大地の芸術祭の効果や趣旨に賛同いただき、協賛にて支援いただいた)
 - …新潟県地域振興局が主体となったデジタルパンフレットを発行した。
- ・案内所設置…道の駅 南魚沼[雪あかり]、広域観光情報センター(越後湯沢駅内)に大地の芸術祭公式案内所を設置した(業務委託)
- ・地域芸術祭海外合同プロモーション…新型コロナウイルス感染症対応地方創生臨時交付金を活用し、Reborn-Art-Festival、瀬戸内国際芸術祭と連携し、合同プロモーションを実施した。

成果

- ・雪国観光圏に大地の芸術祭での連携を進めるワーキンググループを作成し、広域での大地の芸術祭による集客連携のベースを構築できた。
- ・新型コロナウイルス感染症対策として実施した検温・体調管理、それを証するリストバンド付与の所作を、越後妻有に入る前の案内所(南魚沼市・湯沢町内)で実施でき、お客様のスムーズな回遊につながった。
- ・日本がアートフェスの国であることを、3つの大きな地域芸術祭合同でプロモーションを実施したことで、海外からの興味度合いを調査することができ、欧米からの集客を図るためのターゲット国をある程度絞ることができた。

課題

- ・雪国観光圏の大地の芸術祭ワーキンググループは、各市町村や観光関係者へのメリットを十分に伝えることができず、主体性の意識を高めるに至らなかった。
- ・欧米のハイエンド層から継続的・恒常的に越後妻有に来ていただくためには、ターゲット国内での広報や広告、旅行エージェントへのアプローチなど、更なるプロモーションを展開する必要がある。

15 視察等

(1) 視察の受け入れ

今回は43団体を受け入れた(前回43団体)。他地域の芸術祭実施自治体あるいは、今後検討している自治体や美術館関係者が多く、他にも地域活性化の視点で視察に訪れる自治体や経済団体も少なくなかった。特に、国内の経済界をまとめている一般社団法人日本経済団体連合会や経済同友会の視察が本格的に始まり、意見交換・情報交換の場の設定も含めて今後の連携強化につながる機会となった。(視察団体一覧 資料編 p.28)

成果

- ・開催を重ねる度に、多くの視察が訪れるということは、大地の芸術祭が地方創生、まちづくりの成功事例として、各方面から捉えられている結果であると考えられる。今会期中の海外からの視察は2件に留まったが、東アジアをはじめ海外からの関心は高まっていると感じられる。
- ・日本経済団体連合会や経済同友会など、経済界から注目されていることは、大地の芸術祭の大きな契機となった。今後、経済界との連携を深めていくことで、地域内外の民間企業からの参加を促し、地域経済へつながる大きなチャンスを生かしていきたい。

課題

- ・視察のご要望には可能な限り対応したいが、ヒアリング希望対象の多様化(行政、NPO 法人越後妻有里山協働機構、地域、キーマン)や、視察件数の増加への対応が課題となっている。視察団体には、総括報告書や各書籍による事前の情報収集を依頼するとともに、受け入れる体制づくりが必要である。
- ・また今後、海外からの視察団体も増加することが想定されるため、資料の多言語化や対応する職員などの体制も検討しなければならない。

(2) 日本経済団体連合会 地域協創アクションプログラム

2021年11月、一般社団法人日本経済団体連合会(以下「経団連」)は「地域協創アクションプログラム」を策定し、連携パートナーの一つとして、大地の芸術祭実行委員会が選定された。

これは、経団連が、「新成長戦略」において「地方創生」を最重要分野と捉え、地域ならではの特色を活かしつつ、価値をともに創り出す「地域協創」を進める重要性を指摘したもので、地域企業・大学・自治体・団体など多様な主体の活動を後押しし、地域協創の取り組みを拡大するために策定されたもの。

■事務局との動き

※NPO=NPO 法人越後妻有里山協働機構

日程	プログラム	事務局
2021年11月4日	経団連地域活性化委員会での講話	大地の芸術祭実行委員長(十日町市長)
2022年5月4日	経団連事務局訪問	実行委員会事務局長ほか
2022年7月	「月刊経団連(9月号)」寄稿	大地の芸術祭実行委員長(十日町市長)
2022年9月29日	経団連パートナー会議	実行委員会事務局長・NPO
2022年10月20~21日	経団連事務局視察	産業政策本部ほか
2022年11月8日	経団連パートナー会議	実行委員会事務局長・NPO
2022年11月22日	地域協創アクションプログラム第1回交流会	実行委員会事務局長・NPOほか

■個々の企業との動き

a 東日本旅客鉄道株式会社

ア 社員による作品受付

作品名: Kiss & Goodbye (JR 飯山線プロジェクト / T325 土市駅)

期間: 開催会期中の8月を除く土・日・祝日

イ リーダー向け社内ネットワーキング研修

期間: 7月21日、8月29日、9月8日

参加者: 総勢 50 人程度

ウ 新入社員育成プログラム

期間: 10月28日

参加者: 総勢 33 人

エ レクリエーション(福利厚生)

期間: 8月26日、27日

参加者: 総勢 179 人

b 東京電力ホールディングス株式会社

ア 社員による作品受付

作品名: 琴線 (T422 市街地 株式会社高三商店)

期間: 7月23日～8月28日

16 通年誘客

(1) 通年誘客の取組み

- ・2016年から本格的に開催している大地の芸術祭の里プログラム(通年誘客プログラム)を継続して開催した。
- ・コロナ禍において、誘客の展開を慎重にせざるをえなかったことから、恒常的な文化プログラム「今年の越後妻有」を実施し、コロナ禍での心身のストレス軽減等を目的とした、日常におけるアート鑑賞を促した。

■実施内容

プログラム名	入込客数(人)
「大地の芸術祭」の里 越後妻有 2019 春 (4/27~5/6)	45,350
「大地の芸術祭」の里 越後妻有 2019 夏 (8/10~8/18)	50,705
「大地の芸術祭」の里 越後妻有 2019 秋 (10/12、13、14、19、20、26、27、11/2、3、4)	33,668
「大地の芸術祭」の里 越後妻有 2020 冬 SNOWART (2/15、16、22、23、24、29、3/1)	7,851
「大地の芸術祭」の里 越後妻有 2020 春	コロナ禍により開催なし
「大地の芸術祭」の里 越後妻有 2020 夏 (7/23~8/30)	102,352
「大地の芸術祭」の里 越後妻有 2020 秋 (10/10、11、17、18、24、25、31、11/1)	37,494
「大地の芸術祭」の里 越後妻有 2021 冬 SNOWART (1/23~3/14)	9,840
「大地の芸術祭」の里 越後妻有 2021 春	コロナ禍により開催なし
「今年の越後妻有」(7/22~10/31)	174,760
「大地の芸術祭」の里 越後妻有 2022 冬 SNOWART (1/29~3/13)	9,651
大地の芸術祭 越後妻有 2022 (4/29~11/13)	574,138
「大地の芸術祭」の里 越後妻有 2023 冬 SNOWART (1/14~3/12)	24,209

成果

- ・芸術祭関連施設や恒久作品を生かし、3年に一度の本会期だけでなく、本会期以外の年、あるいは夏以外の季節の交流人口増加によって、地域経済へ好影響を生み出した。
- ・越後妻有の魅力たる、四季折々の景色の美しさや季節に応じた食文化、特に最大の特徴である雪国文化の魅力を伝えることができた。

課題

- ・十分な企画展費を確保していないため、一部施設の展示内容を見ると大きな変化がなく、集客に違いを生み出すまでには至っていない。
- ・施設の開館や、空き家作品の開館等を充実すると、比例して人件費や光熱水費が増額していく。ある程度開館することでの来訪者への充実感の提供と費用対効果を鑑みて企画運用していく必要がある。

(2) NPO 法人越後妻有里山協働機構(以下「NPO」)の取組み

第4回展から共催団体として NPO が主体的に関わりながら大地の芸術祭を進めているが、開催年以外における活動が成果に大きく影響してくる。大地の芸術祭会期中の活動と併せて、開催年以外の当該団体の活動を記す。

■施設の管理、運営

NPO が管理、運営する以下の空き家・施設の作品について、維持修繕を行い、会期中のお客様の受け入れを行った。また通年開館の作品もあり、住民の方々に管理人として運営に参画してもらうことができた。

エリア	集落・地区	作品名
十日町	商店街	越後妻有里山現代美術館 MonET
	鉢	絵本と木の実の美術館
	願入	うぶすなの家
	上新田	妻有田中文男文庫
	ニツ屋	もうひとつの特異点
中里	清津峡	磯辺行久記念 越後妻有清津倉庫美術館[SoKo]
松代	松代	まつだい「農舞台」
	松代	まつだい郷土資料館
	松代	黄金の遊戯場
	清水	妻有アーカイブセンター
	桐山	ブランコの家
	桐山	静寂あるいは喧騒の中で
	田野倉	つんねの家のスペクトル
	蒲生	ドクターズ・ハウス
	室野	奴奈川キャンパス
	室野	中国ハウス
	星峠	脱皮する家
松之山	小谷	三省ハウス
	浦田	オーストラリア・ハウス
	上湯	夢の家
	湯山	ギャラリー湯山
	下殿地	家の記憶
	東川	最後の教室
津南	上郷	越後妻有「上郷クローブ座」
	上郷	香港ハウス

■プロモーション

大地の芸術祭の里のプロモーションやホームページの運営、グッズの開発、棚田保全のオーナー誘致、ツアー造成誘致活動、作品鑑賞パスポートの販促活動を行った。

■作品制作

各種助成金を財源に、以下の作品の制作を行った。

鉢集落と地域の子もたちとともに学ぶ～持続可能な里山での共生とシナイモツゴの里～ (公財)自然保護助成基金
--

■イベント・パフォーマンス

各種助成金を財源に、里山協働機構主催事業として取組んだ会期中のイベント、パフォーマンスは下記のとおり。

森山未来「The Pure Present」 (一財)自治総合センター
巻上公「口琴と声のパレード」、「カバコフの夢」を歌う (一財)地域創造
田中 泯「場踊り」 (一財)自治総合センター

■作品メンテナンス

十日町市、津南町の委託を受け、作品の見回りと日常のメンテナンス作業を㈱アートフロントギャラリーと連携して行った。

■通年観光事業

芸術祭開催時期以外に、四季の大地の芸術祭の里プログラムを企画・運営し、各施設での企画展やパフォーマンス、ツアー企画などを通して誘客を図った。また、自然体験プログラムや棚田保全活動、地域の食を活かしたレストランの運営など、幅広い事業を住民と協働で継続的に展開した。

■FC 越後妻有

2015年にチーム結成、8年目の2022年度のシーズンは、12人の選手(2022年度末時点)が所属し、北信越2部リーグに参戦、7勝1分で優勝を飾ることができた。試合には大勢のサポーターが応援に駆け付け、ホーム最終戦では300人弱のサポーターが来場し、2022シーズンのなでしこリーグ平均観客数(1部428人、2部219人)と比較しても異例の数字であり、地域に根差したチームになりつつある。次の大型の露出が続き、地域外への発信も増えている。

NHK「Dear につぼん」	テレビ東京「FOOT×BRAIN」
TBS「S★1」「S★1PLUS」	日本テレビ「news zero」
フジテレビ「Live News α」	BS よしもと「ワシんとこ・ポスト」

また、選手たちはサッカーだけではなく、大地の芸術祭・棚田バンク・ツアー・施設運営・広報等、多岐にわたる業務に従事し、サッカーと業務の両立のため日々切磋琢磨している。



■まつだい棚田バンク

2022年度の耕作面積は8ヘクタール、一般会員(ふるさと納税経由を含む)345口の参加があり、ここ数年一般会員数の大きな増減はないが、企業会員が12口と増加傾向にある。新型コロナウイルス感染症のため開催できていなかったイベ

ント(田植え・草刈り・稲刈り)を2年ぶりに実施し、一般、企業オーナーともに大勢の参加があった。地域の耕作放棄地は予想以上の速度で増加しており、今後の耕作の受託は増える見込み。



■雇用実績

大地の芸術祭の開催に関連して、地元を中心に雇用を確保、または新規雇用し、地域の就業機会増加に寄与した。会期中の形態別の雇用者数は下記のとおり。

常勤	パート	人材派遣	有償ボランティア	合計
34人	107人	0人	62人	203人

これまでになく長期開催のため、会期中に従事するアルバイトを大地の芸術祭ホームページやハローワークで募集を行い雇用した。また、地域外からの採用もあり、宿舍等の準備も合わせて実施した。これまでと比較し長期の145日間の雇用となり、新たな雇用創出にもつながったと思われる。

17 インバウンド

コロナ禍で海外からの来場が見込めない状況だったため、例年よりは積極的な海外 PR は実施しなかったが、JNTO や新潟県観光局の協力により、主に東アジアを中心としたインフルエンサーや Web を通しての PR を行なった。また海外の美術系の大手 Web サイトやニュースレターへの広告出稿を実施。通年の取組や次回の公募展情報など、9 回展にもつなげられた。

■海外メディア・エージェントに対する施策(掲載情報は資料編に記載)

- ・海外アート系大手サイト「Universe in Universe」広告出稿
- ・海外アートイベントを広範囲へ発信する大手サイト「e-Flux」広告出稿
(2020年5月、2022年7月に投稿、各9万件配信)
- ・「クリエイティブ都市イベントシリーズ:地域発展のための芸術祭」基調講演:北川フラム
(主催:世界銀行東京開発ラーニングセンター/2022年3月2日/オンライン ※日英同時通訳)

■海外メディアへの掲載・報道数(2022年1月~12月末)

国・地域名	Web/SNS	雑誌	新聞	テレビ	書籍/その他	合計
中国		1			1	2
台湾	1					1
韓国	1	1				2
イギリス	1		1			2
ドイツ	1					1
ベトナム	2					2
その他広域	1					1
合計	7	2	1	0	1	11

成果

- ・公募情報は海外のアート大手サイトに投稿したことで情報の周知ができた。
- ・JNTO との連携が継続できており、JNTO 各所での掲載につながった。

課題

- ・海外メディア用のリリース配信まで手が回らず、コロナ禍もあり、露出が大きく減少した。
- ・国内在住の外国人向けにはホームページ・メルマガ以外での発信がなかった。

18 総括

(1) 越後妻有 大地の芸術祭 2022 総括

2020年1月28日、新型コロナウイルス感染症が感染症法に基づく指定感染症に、また検疫法に基づく検疫感染症に指定された。コロナ対策を講じながら、2021年に開催する準備を進めていたが、感染被害のリスク回避のため、大地の芸術祭初となる「開催延期」を決定した。

一方で、2021年には恒常的な文化プログラムとして、「今年の越後妻有」を開催し、コロナ禍で衰弱した地域経済に寄与することができた。また、越後妻有里山現代美術館 MonET 及びまつだい「農舞台」フィールドミュージアムを、芸術祭本会期より先行してリニューアルオープンすることとなったが、本会期の集客につながる効果的な開館となった。

開催を1年延期した「越後妻有 大地の芸術祭 2022」は、コロナ禍の感染拡大が起きても、開催中止を避けられるように、初となる145日間の長期開催とした。この長期開催は、オーバーツーリズムとなっていた本会期中のピークカットを実現し、結果的に、地域に対しても経済効果を生み出した。また、季節を跨いで開催することで、「季節の移ろい」や「地域の魅力再発見」を感じてもらえた。これらは、課題でもあった芸術祭開催時以外のにぎわいを創出する「通年誘客」の実現を見出した。

今回の芸術祭は、国が進める文化観光推進の政策と合致したことにより、文化庁から多大な金銭的支援を受けることができた。また民間企業や個人のふるさと納税においても多くの支援を受け、大きな財政負担を伴わずに、事業を実施することができた。コロナ禍でも規模を縮小せずに来場者を歓迎した開催は、「Casa BRUTUS」や「Discover Japan」などで特集で掲載されたほか、全国的なメディアにも多数取り上げられ、当地域の魅力発信につながった。さらには、経済的な視点からも芸術祭の価値が認められ、一般社団法人日本経済団体連合会が策定する「地域協創アクションプログラム」の連携パートナーとして認定された。また、特筆すべき点として、大地の芸術祭から派生した農業実業団女子サッカーチーム「FC 越後妻有」の活躍が地域の元気づくりに大きく寄与した。地域に根差したFC 越後妻有は、スポーツが持つ新たな価値を生み出し、地域活性化のモデル的な取組として注目されている。

一方で、大地の芸術祭の本来の目的である「アートによる地域活性化」という視点では、大地の芸術祭に参画し、自らの集落等を活性化しようという勢いや雰囲気を持てる集落等が、回を追うごとに減少している。また、地域住民の意欲があっても、高齢化により、地域の活性化に芸術祭を生かすことが困難である地域が顕在化していることは、大きな課題の一つである。

(2) 今後の展望

通年誘客への取り組みを充実させながら、交流人口の増加を進めることが地域の発展には必要となる。一方で、通年誘客に取り組むためには、作品維持管理及び公開等にかかる光熱水費・人件費などの維持管理経費が高むことから、事業実施に対する収益(歳入)の確保なども鑑みながら、持続可能な運営としなければならない。また、恒久作品や芸術祭関連施設においては老朽化も進み、今後は維持管理コストなどを鑑みたくえで施設や作品を維持し、必要に応じて撤去を含む整理を進める必要もある。

第9回展はコロナ禍の収束を見据え、ポストコロナ時代における新たな芸術祭として、来場者の安全・安心な旅を基本に、満足度を向上していくための対応を充実させたい。また、集落・地域コミュニティの維持は年々厳しい状況であるが、社会の変容に伴い失われつつある雪国特有の食や技術など、雪国文化の継承に資する活動にも取り組む。

次回展では、人口減少がもたらす課題などの影響により、厳しい財政運営や運営体制が想定されることから、さらなる経済波及効果の創出や運営人員の確保を意識する回となる。また、地域協創アクションプログラムで連携している一般社団法人日本経済団体連合会や公益社団法人日本経済同友会をはじめ、経済界との連携を深めるなど、新たな取り組みにも積極的にチャレンジし、多角的な視点から大地の芸術祭の価値を高めていく。国内外の多くの来場者が長期滞在し、消費拡大につながることで、大地の芸術祭の使命の一つと捉えられる。特にインバウンドの流れはコロナ禍以前より拡大することが想定されるため、流れを確実に掴みながら、国外からも多くの来場者が訪れる地域を目指し、地域が誇れるブランド力を確立したい。