

業務説明資料

本資料に記載した内容には、現在検討中のものも含まれるため、本プロポーザルのみの設定条件とし、将来の業務実施の条件となるものではありません。

1 件名

第8回横浜トリエンナーレの事業評価等業務委託

2 業務目的

横浜トリエンナーレは、横浜市で3年に1度開催している現代アートの国際展です。2001年に第1回展を開催して以来回を重ね、世界の情勢が目まぐるしく変化する時代の中で、世界と日本、社会と個人の関係を見つめ、アートの社会的な存在意義をより多角的な視点で問い直してきました。20年以上に渡り継続的に開催することで、日本を代表する国際展として国際的にも評価されており、横浜という都市のプレゼンス向上に寄与してきました。

また、ひらかれた現代アートの祭典として、累積約500校の小中高や大学等の団体鑑賞の受け入れ、展覧会に来場できない人々を対象としたICTの活用による鑑賞機会の提供など、誰もが多様な表現に触れる機会の創出に取り組んできました。

さらに、アートNPO、企業、商業施設等との連携により、トリエンナーレをまちに広げることで、回遊性の向上等による市内経済活性化にも貢献してきました。

一方、多数の海外報道実績はあるものの、世界のアートシーンに影響を与える国際展とは言い難く、現代アートに対する市民の心理的障壁は依然として存在し、街への広がりも発展途上となっています。

また、国内外に様々な国際展が存在する中、横浜トリエンナーレを持続的に実施していくためには、他の国際展との差別化を図った上で、国際展が有する本質的な価値のみならず、社会的価値や経済的価値を可視化し、その価値をさらに高め、適切に評価することで、様々なステークホルダーに対して社会や経済に対する貢献度を説明・発信していく必要があります。

そこで、来年開催予定の第8回展に向けて、横浜トリエンナーレのポジショニングを明確にし、国際展が有する価値を可視化した上で、第8回展での事業評価手法を検討し、必要な調査、分析及び評価を行います。

「第8回横浜トリエンナーレ」開催概要

【会 期】2024年3月15日（金）～2024年6月9日（日）約80日間

【会 場】横浜美術館（横浜市西区みなとみらい3-4-1）ほか

【アーティストック・ディレクター】

リウ・ディン（劉鼎）[アーティスト、キュレーター]

キャロル・インホワ・ルー（盧迎華）

[美術史家、キュレーター／北京インサイドアウト美術館 ディレクター]

【主 催】横浜市、(公財)横浜市芸術文化振興財団、NHK、朝日新聞社

横浜トリエンナーレ組織委員会

3 履行期間

契約締結日から令和6年8月31日までとします。

4 履行場所

横浜トリエンナーレ組織委員会（以下、「組織委員会」という。）が指定する場所、業務が履行できる任意の場所（受託者の事務所等）

5 業務実施に関する基本的な条件

審査の結果、特定された者と業務委託契約を締結します。

ただし、契約金の支払いは、年度ごとの部分払い（2回）とします。

【参考】概算業務価格（上限価格）は800万円（税込）とする。

ただし、令和6年度分の委託の執行については、横浜トリエンナーレ組織委員会の総会にて令和6年度予算が承認されることを条件とします。

本プロポーザルは、公募型により行います。また本プロポーザルは、与えられた条件下において参加者の考え方や具体的な準備・運営に関する実力等を「提案」を通して評価し、受託候補者を特定するものです。したがって、本業務の準備や運営については、当該受託候補者（受託者）の提案どおりに実施できない場合があります。

6 本委託に関する前提事項

(1) 文化芸術の価値について

一般的に、文化芸術の価値は、「本質的価値」「社会的価値」「経済的価値」の総体だと言われており、それら可視化した上で一体的に向上させることが重要だと言われています。国が作成した文化芸術推進基本計画（第2期）においても、本質的価値を生かして、社会的・経済的価値を創出し、そこで得られた収益を本質的価値の向上のために再投資するという循環を生み出していくことが重要と示されています。なお、各価値の一般的な定義は以下の通りです。

○本質的価値

豊かな人間性を涵養し、創造力と感性を育む等、人間が人間らしく生きるための糧となるものであること

○社会的価値

人間相互の理解を促進する等、個々人が共に生きる地域社会の基盤を形成するものであること

○経済的価値

新たな需要や高い付加価値を生み出し、質の高い経済活動を実現するものであること

【参考】

○文化芸術推進基本計画（第2期）

https://www.bunka.go.jp/seisaku/bunka_gyosei/hoshin/pdf/93856401_01.pdf

(2) 横浜トリエンナーレの使命、目標、行動指針

横浜トリエンナーレは、(1)の3つの価値を意識しながら、下記の〈基本的な考え方〉を策定し、事業を実施しています。

〈基本的な考え方〉

■使命

横浜トリエンナーレは、我が国を代表する現代アートの国際展として、文化芸術創造都市・横浜の発展をリードするとともに、多様性を受け入れる心豊かな社会の形成に寄与します。

■目標

①世界とつながる【本質的価値】

ナショナルプロジェクトとして、横浜から新しい価値観と新たな文化を継続的に世界に届け、国際交流と相互理解に貢献します。

②アートでひらく【社会的価値】

ひらかれた現代アートの祭典として、誰もが多様な表現に触れる機会を分野と時代を横断して提供し、世代等を超えた理解を促進します。

③まちにひろがる【経済的価値】

文化芸術創造都市として築いている、横浜ならではのまちの力と一体的に推進します。

■行動指針

世界水準、次世代育成、共生社会実現、市民参加、祝祭性、賑わいづくりと経済活性化、SDGs

(3) (2) で設定した目標の達成状況及び課題は以下のとおり分析しています (内部環境分析)。

目標	施策例	成果	課題
世界とつながる	<ul style="list-style-type: none"> ・国際水準の現代アートの展示 ・今後活躍が期待される新進アーティストの起用 ・外国人 AD の採用 ・国際会議への参加 ・国際的ネットワークの構築 ・海外美術館の理事会等の視察受入による国内若手作家の海外進出の橋渡し ・海外美術系メディアへの記事掲載 	<ul style="list-style-type: none"> ・世界の国際展トップ 20 に日本から唯一ランクイン (2014 年) ・国際的アートフェアの誘致 (2023 年) ・海外報道実績の増加 ・参加作家が後にアート界で著名な賞を受賞している ・国際ビエンナーレ協会に日本唯一設立準備から関わり、現在は理事に就任している。 <p>⇒国際的な都市ブランド力が向上</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・海外に向けての横浜らしさが確立できていない。 ・海外有力者 (専門家、ジャーナリスト) の招聘予算がない。 ・事業評価が行われておらず、英語で発信できていない。 ・予算規模が小さい。 <p>⇒アジアの代表的な国際展として認知はされているが、世界のアートシーンに影響を与える国際展とは言い難い</p>

<p style="writing-mode: vertical-rl; text-orientation: upright;">アートでひらく</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・次世代育成プログラムの実施 一学校団体鑑賞の受入、中高生向けの鑑賞プログラムの実施、子ども向け鑑賞ガイドの市内全小中学校等への配布、アーティストによる市立学校での特別授業の実施 ・共生社会実現に向けたプログラムの実施 一分身ロボット「Orihime」を活用した鑑賞会、障害がある人を対象としたワークショップや鑑賞会、障害者のための入場無料制度 ・鑑賞サポート 一ガイドブック、音声ガイドアプリ 	<ul style="list-style-type: none"> ・約 500 校の小中高や大学等の団体鑑賞を受け入れ、約 25,000 人の生徒や学生がアートに触れる機会を提供 ・これまでに約 100 名が「Orihime」を活用し遠隔で展覧会を鑑賞 <p><u>⇒アートが持つ多様な表現や価値に触れることで、子どもたちの豊かな人間性を涵養するとともに、障害の有無や国籍に関わらず誰もがアートに触れる機会を幅広く提供</u></p>	<ul style="list-style-type: none"> ・コアなファンは多く来場しているが、ファミリー層やビギナーは潜在見込数を踏まえると来場が少ない。 ・中学生以下の来場者の内訳が把握できていない <p><u>⇒現代アート（美術館）に心理的障壁を感じる人々が依然として多い。また、アートに触れたことによる効果が定量的に説明できていない。</u></p>
<p style="writing-mode: vertical-rl; text-orientation: upright;">まちにひろがる</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・NPO 団体、企業、交通機関、商業施設との連携 一関連イベントの開催、チケット連携、コラボメニュー、応援プログラム（相互広報） ・サポーター活動による盛り上げ ・回遊促進 一会場間無料バス（第 4 回展～第 6 回展）、コミュニティサイクルの臨時設置（第 7 回展）、スタンプラリー 	<ul style="list-style-type: none"> ・最大約 55 万人の来場者数（2008 年） ・リピーターの増加（過去展鑑賞経験ありの割合）34%（2005 年）→62%（2020 年） ・市外からの来場割合が約 7 割（2020 年） ・市内認知率の向上 約 3 割（2011 年）→約 6 割（2020 年） ・最大約 35 億の経済波及効果（2017 年） ・応援プログラム数の増加 86 プログラム（2014 年）→110 プログラム（2017 年） ・約 50 億円のパブリシティ効果（2020 年） <p><u>⇒横浜を代表する文化芸術事業として定着している。</u></p>	<ul style="list-style-type: none"> ・チケット販売枚数の伸び悩み ・市内認知率は向上しているが、全国認知率は約 2 割に留まっている ・初期と比べまちなかでの祝祭感の低下 <p><u>⇒他の大型イベントと比べると、街への経済的還元がまだ低い。</u></p>

また、これまでの定量的な実績の推移は以下の通りです。

	第1回	第2回	第3回	第4回	第5回	第6回	第7回
開催年	2001	2005	2008	2011	2014	2017	2020
会場数	2会場	1会場	4会場 他無料3会場	2会場 他無料2会場	2会場	3会場	2会場
総来場者数	約35万人	約19万人	約55万人	約33万人	約21万人	約26万人	約15万人
有料会場来場者数	約35万人	約16万人	約31万人	約30万人	約21万人	約25万人	約13万人 (※)
チケット販売枚数	約17万枚	約12万枚	約9万枚	約17万枚	約10万枚	約10万枚	約6万枚
経済波及効果	—	—	—	31億8,400万円	23億2,600万円	35億3,900万円	23億1,400万円
パブリシティ効果	—	—	—	46億6800万円	52億300万円	50億400万円	50億9,500万円

(※) 新型コロナウイルス感染防止のため入場制限を実施

【参考】

○横浜トリエンナーレ記録集・報告書

<https://www.yokohamatriennale.jp/archive/record/>

(4) 国際展を取り巻く環境について以下のとおり分析しています（外部環境分析）。

①国際展の動向

新型コロナウイルス感染症の世界的流行を経て、国外からの観光客が短い期間で鑑賞するのではなく、地元住民が会期中時間をかけて周ることが意図されたものが多く、コミュニティ重視の姿勢に転換している傾向がある。

②横浜市中期計画における基本戦略

主催者の1団体である横浜市が策定した中期計画では、その基本戦略に「子育てしたいまち、次世代を共に育むまち ヨコハマ」を掲げており、横浜の多様な魅力をさらに高め、「住みたい都市」「住み続けたい都市」「選ばれる都市」を目指すことになっている。

【参考】

○横浜市中期計画 2022～2025

<https://www.city.yokohama.lg.jp/city-info/seisaku/hoshin/4kanen/2022-2025/chuki2022-.html>

③国の動向

今後5年間（令和5年度～令和9年度）の国の文化芸術政策の指針となる「文化芸術推進基本計画（第2期）」においては、我が国のアートの持続的発展の推進に向けて、国内アート市場の活性化等によるアートの国際的な拠点化等により、我が国のアート全体の振興を図ることが肝要と記載されている。また、日本のアート及び美術館の国際的プレゼンスの低下が指摘される中、独立行政法人国立美術館は、日本のアート振興の推進拠点として「国立アトリサーチセンター（NCAR）」を新たに開設し、国外へのアート発信機能の強化を図っている。

(5) (3) 内部環境分析及び (4) 外部環境分析を踏まえた第8回展の目指す姿は以下のとおりです。

① 国際性の維持・向上

海外における国際展の潮流等を踏まえ、ふたたび横浜というまちに立ち返り、地域の歴史に根差しつつ、その土台に立ってあらためて広い世界を根差すという姿勢を示していく。これらの姿勢を海外の様々な専門家（キュレーター、ジャーナリスト、文化関係者等）とも共有し、グローバルなアートシーンと繋がり、多様性を目指す世界の価値形成に寄与する。

② アクセスの向上

過去データのマーケティング分析結果や横浜市中期計画を踏まえて、横浜トリエンナーレのターゲットを「子育て世代」、「小中高生」、「現代アート初心者」、「SNS世代」とし、現代アートに気軽に触れる機会を増やすことで横浜トリエンナーレに対する興味・関心を高め、来場者数の増加を目指す。

③ まちへの広がり強化

横浜の歴史的建造物など地域のリソースを活用した展覧会とするとともに、NPO 団体、近隣商業施設、他のイベント等との連携による更なる賑わいの創出を目指す。

④ アートの社会的価値の可視化

アート体験が認知症の予防、非認知能力の向上、ウェルビーイングの向上などにつながる先行研究があることを踏まえ、大学等との協働し、アート体験の効果を定量的に分析することで、アートが福祉・医療・教育等の他分野の政策課題の解決に寄与することを示していく。

(6) (5) で示した目指す姿の実現に向けた施策及び測定手法案は以下のとおりです。成果指標及び測定手法は、現時点で想定される案であり、受託者と協議の上、決定します。ただし、【必須】と記載している成果指標については、必ず調査を行うものとします。なお、測定については、本業務委託中で実施するものと別途委託にて実施するものがあります。

また、成果指標の設定にあたっては、アウトプット指標のみならず、アウトカム指標も「目指す姿」ごとに1つ以上設定することとします。

目指す姿	成果指標（案）	測定手法（案）
国際性の維持・向上	国際的なランキングへのランクイン	専門メディアへの掲載確認
	海外報道実績数【必須】	別途調査委託予定
	参加アーティストの国際的な評価向上への影響度	要検討
	外国人 AD の採用	—
	専門家の批評数	クリッピング
	大使など要人の来場数	内覧や視察対応でカウント可能
	論文や教材での引用数	要検討
	外国人作家の数【必須】	作家選定過程で把握可能
	海外専門家の視察数【必須】	調整過程で把握可能

	国際会議、シンポジウム等への開催数 ／参加数【必須】	調整過程で把握可能
	国外での認知度	要検討
	総来場者数に占める外国人割合【必須】	電子チケットによるデータ収集
	ジャーナリストの招待数	調整過程で把握可能
	来場者アンケートにおける「国際性」 への評価	来場者アンケート
アクセスの向上	総来場者数に占める小・中・高校生の 割合【必須】	電子チケットによるデータ収集
	総来場者数に占める初来場者の割合 【必須】	電子チケットによるデータ収集
	総来場者数に占めるリピーターの割合 【必須】	電子チケットによるデータ収集
	屋外作品の鑑賞者数	事業者より技術提案を募集予定
	屋外作品の鑑賞者のうち、有料会場に 来た人の数【必須】	来場者アンケート
	屋外作品を撮影した人で SNS で指定 の#タグで投稿とした人の数	SNS 分析
	ベビーカーで来場した人の数	目視カウント
	有料チケット販売枚数【必須】	電子チケットによるデータ収集
	ワークショップへの参加数【必須】	調整過程で把握可能
	学校団体鑑賞に参加した団体数（生徒 数）【必須】	調整過程で把握可能
	遠隔での鑑賞者数	要検討
	再訪意向の割合	来場者アンケート (※)
	推奨割合	来場者アンケート (※)
	重要なイベントだと思う市民の割合	来場者アンケート (※)
	シビックプライドの向上割合	来場者アンケート (※)
まちへの広がり強化	経済波及効果【必須】	本委託の中で調査分析を実施
	パブリシティ効果【必須】	別途調査委託予定
	認知率（市内外）【必須】	別途調査委託予定
	連携プログラム数【必須】	調整過程で把握可能
	協賛企業数	調整過程で把握可能
	総来場者数に占める市外居住者の割合	電子チケットによるデータ収集
	宿泊者数	要検討
	応援プログラム数【必須】	調整過程で把握可能
	応援プログラムが実施された区、都道 府県	調整過程で把握可能
	商業施設との連携チケット販売数や使 用数	要検討
	屋外作品等の鑑賞者数【必須】	要検討

アートの社会的価値の可視化	非認知能力とアートの相関関係	大学との共同研究を検討中
	ウェルビーイングとアートの相関関係	大学との共同研究を検討中

(※) 第7回展では Questant を活用

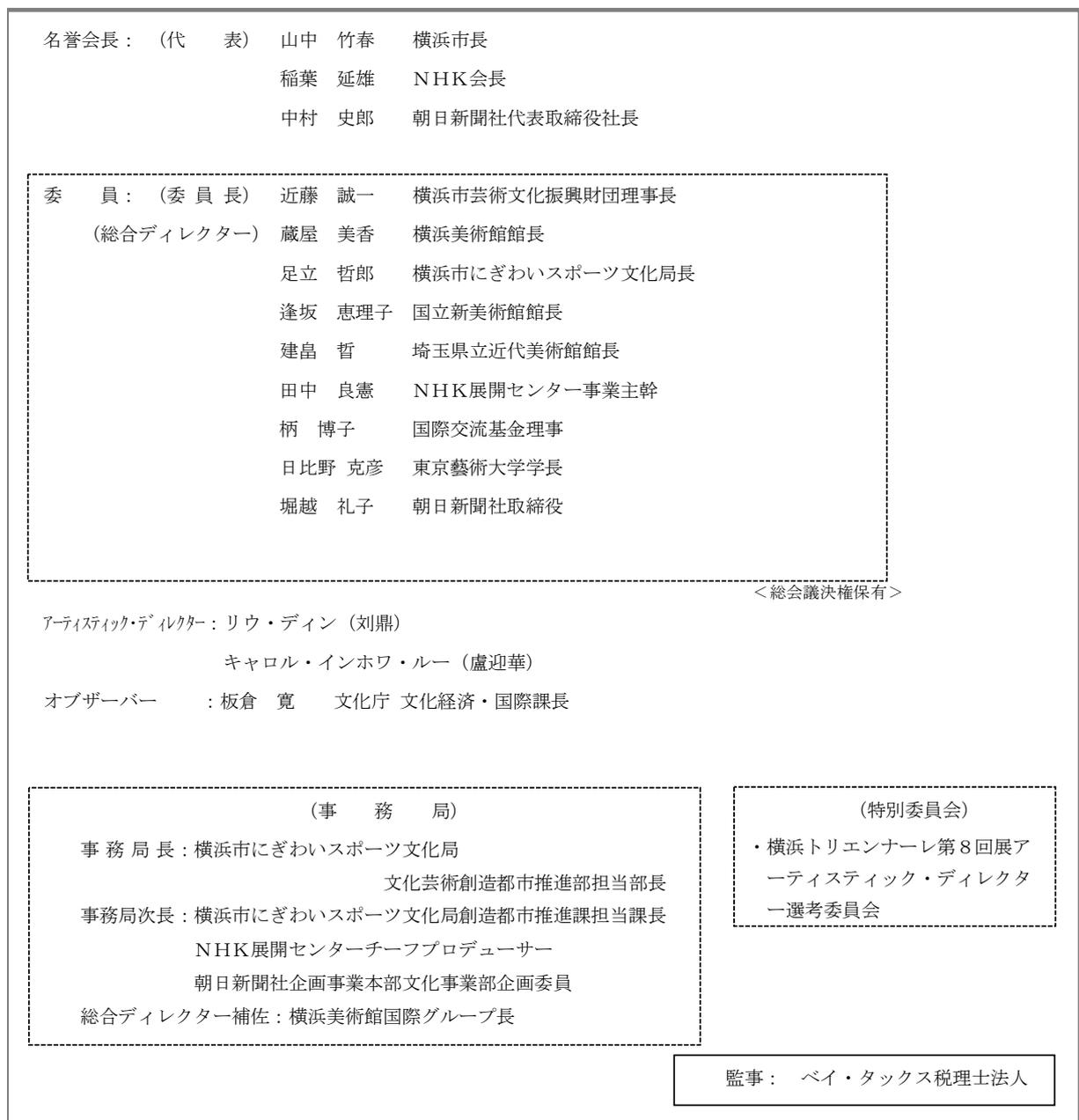
(7) 組織委員会の組織体制

横浜トリエンナーレは、横浜市と公益財団法人横浜市芸術文化振興財団との基本協定に基づき設置した横浜トリエンナーレ組織委員会において、事業の意識決定及び遂行を行っています。

【参考】横浜トリエンナーレ組織委員会体制図

令和5年4月1日時点

(敬称略・50音順)



7 令和5年度業務内容（履行期間：契約締結日から令和6年3月31日まで）

（1）事業進行管理

ア スケジュール作成

契約締結後21日以内に委託業務内容に関するスケジュールを作成すること。作成にあたっては、進捗管理を行えるよう、作業タスクごとの役割分担（委託者、受託者など）も明示するなどわかりやすくすること。また、委託者側の確認・調整期間なども考慮した余裕を持ったスケジュールとなるよう配慮すること。追加事案の発生など不測の事態が発生した場合は都度双方で確認し調整すること。

イ 打合せ

1か月に1回以上、1回あたり1時間程度を想定しているが、実施段階により必要な頻度・内容は異なるため適切に設定すること。その際の資料作成準備、及び議事録作成は原則受託者が行うこととするが、委託者に必要なタスクが発生する場合には双方で事前に確認すること。

オンライン会議システムの使用を妨げないが、重要な確認事項がある場合や、コミュニケーション上必要があると委託者が判断した場合などは委託が指定する場所で対面の打合せを実施すること。

（2）事業評価手法の検討

ア 第8回展の目指す姿の具体化

6（5）で示している目指す姿を踏まえて、第8回展で「達成している状態（＝目標）」を具体的に定義するとともに、「目標」の達成に向けて現在検討している施策を体系的に整理する。これらの定義・具体化は委託者とのディスカッションを通して行うものとする。

イ 成果指標の検討

6（6）で示した成果指標案を踏まえて、上記アで設定した目標の達成を客観的に評価できる成果指標を設定する。

ウ 評価手法の検討

上記ア・イを踏まえて第8回展の評価手法を検討する。検討においては、出来る限り幅広い手法（各種アンケート、ヒアリング調査等）の活用可能性を検討する。また、検討にあたっては、それぞれの手法のメリット・デメリット・実施コスト等を整理するとともに、委託者に望ましい手法の提案を行い、その提案内容を基に方針のディスカッションを行う。ただし、「経済波及効果の測定」については、本委託の中で必ず調査・分析するものとする。

なお、想定される調査手法は以下のおとり。

【想定される調査手法】

○アンケート調査

来場者アンケート、イベント参加者アンケート、連携プログラム主催者アンケート、協賛事業者アンケート、オンラインアンケート、アート関係者アンケート、サポーターアンケート、従事者アンケート

○ヒアリング

来場者ヒアリング、イベント参加者ヒアリング、連携プログラム主催者ヒアリング、協賛事業者ヒアリング、アート関係者ヒアリング、サポーターヒアリング、従事者ヒアリング

(3) 調査オペレーション案の設計

上記ア～ウを踏まえて第8回展で採用する評価手法に関して具体的な内容や調査オペレーション案について検討・提案を行う。アンケート調査の提案を行う場合は、実施の際の具体的な調査票案、配布・回収方法、回収率向上策の提案を行うものとする。また、ヒアリング調査の提案を行う場合は、ヒアリング項目や対象者のイメージ・抽出方法・打診方法・インセンティブ等について提案を行うものとする。

(4) 調査の実施【令和5年度分】

上記(3)の調査オペレーション案を踏まえ、必要な調査を実施する。

(5) 中間報告書の提出

上記(2)事業評価手法、(3)調査オペレーション案の設計についてまとめた中間報告書を提出すること。

(6) その他事業評価を実施するにあたり必要となる業務

8 令和6年度業務内容（履行期間：令和6年4月1日から令和6年8月31日まで）

(1) 事業進行管理

ア 打合せ

1か月に1回以上、1回あたり1時間程度を想定しているが、実施段階により必要な頻度・内容は異なるため適切に設定すること。その際の資料作成準備、及び議事録作成は原則受託者が行うこととするが、委託者に必要なタスクが発生する場合には双方で事前に確認すること。

オンライン会議システムの使用を妨げないが、重要な確認事項がある場合や、コミュニケーション上必要があると委託者が判断した場合などは委託が指定する場所で対面の打合せを実施すること。

(2) 調査の実施【令和6年度分】

7(3)の調査オペレーション案を踏まえ、必要な調査を実施する。

(3) 調査結果のデータ分析・評価

上記8(2)で実施した調査結果を分析し、設定した成果指標の達成状況を評価する。評価の際には、各施策（事業）の成果と課題を明らかにするとともに、目標達成の手段として効果的であるかを検証すること。

(4) 最終報告書の作成

令和5年度に作成した中間報告書に上記8(2)調査の実施、(3)調査結果のデータ分析・評価の結果を追記した最終報告書を提出すること。なお、委託者が最終報告書に基づきデザイン性を重視した資料をデザイン委託等により作成する場合は、当該デザイナーに対して、グラフや表を含めたデータを転用する際の留意点を共有するなど、連携を図ること。

(5) その他事業評価を実施するにあたり必要となる業務

9 成果物と期限

(1) 令和5年度

成果物	期限
スケジュール	契約締結日から起算して21日以内に納品した上で、委託者の承認を受けること
実施する過程で作成した書類やデータ等の電子成果物	契約後の委託者と協議の上決定した期限
中間報告書	令和6年1月31日
その他、業務実施過程の資料で委託者が必要と認めるもの	契約後の委託者と協議の上決定した期限

(2) 令和6年度

成果物	期限
実施する過程で作成した書類やデータ等の電子成果物	契約後の委託者と協議の上決定した期限
最終報告書	令和6年8月31日
その他、業務実施過程の資料で委託者が必要と認めるもの	契約後の委託者と協議の上決定した期限

10 留意事項

- (1) 受託者は委託期間中の業務経過内容全般を把握している担当者（専任である必要はない）を置き、業務の報告等を毎週行うなど、本市と定期的に連絡調整を行うこととする。また、委託者が公表している又は委託者が認めた情報以外の情報を第三者に漏らさないこと。
- (2) 「6 本委託に関する前提事項」に記載している内容について十分に理解した上で業務を進めること。
- (3) 本業務の実施に際しては、委託者と十分な協議を行いながら進めることとし、本業務説明資料に記載のない事項及び疑義のある場合は、別途協議の上決定するものとする。
- (4) 本業務の全部を第三者に委任し、又は請け負わせることはできないこととする。また、委託業務の一部を第三者に委任し、又は請け負わせようとするときは、あらかじめ組織委員会の承諾を得ることとする。
- (5) 本業務の実施のために制作した著作物に係る使用权及び著作権（著作権法（昭和45年法律第48号）第21条から第28条までに規定する権利をいう）は、写真・イラスト等を含め、全て委託者に帰属し、受託者はその成果を自ら利用し、又は第三者に帰属してはならないこととする。また、本組織委員会が二次利用を含めて、これを自由に使用できるものとする。なお、これにより受託者に生じた、いかなる損害についても委託者は責任を負わないものとする。