

令和6年度 第1回事業評価分科会

日時：令和6年8月7日（水）10:00～11:00

会場：横浜市役所 29階 S03 会議室

次 第

1. 議題

- (1) 今後の事業評価について
- (2) その他

2. 配布資料

- 【資料1】 分科会委員名簿
- 【資料2】 今後の事業評価について
- 【資料3】 新事業評価シート（案）
- 【資料4】 R5年度事業評価シート
- 【資料5】 英国の事業評価指標例

分科会委員名簿

事業評価分科会

◎菅野 幸子	アーツ・プランナー／リサーチャー	
野原 卓	横浜国立大学大学院	准教授
日沼 禎子	女子美術大学 芸術学部	教授
簗谷 則美	(株)ミノヤアソシエイツ	代表取締役
山口 真樹子	国際文化交流・コミュニケーション	
六川 勝仁	馬車道商店街協同組合	理事長

◎ . . . 議長

創造界限形成推進委員会における事業評価について

事業評価分科会

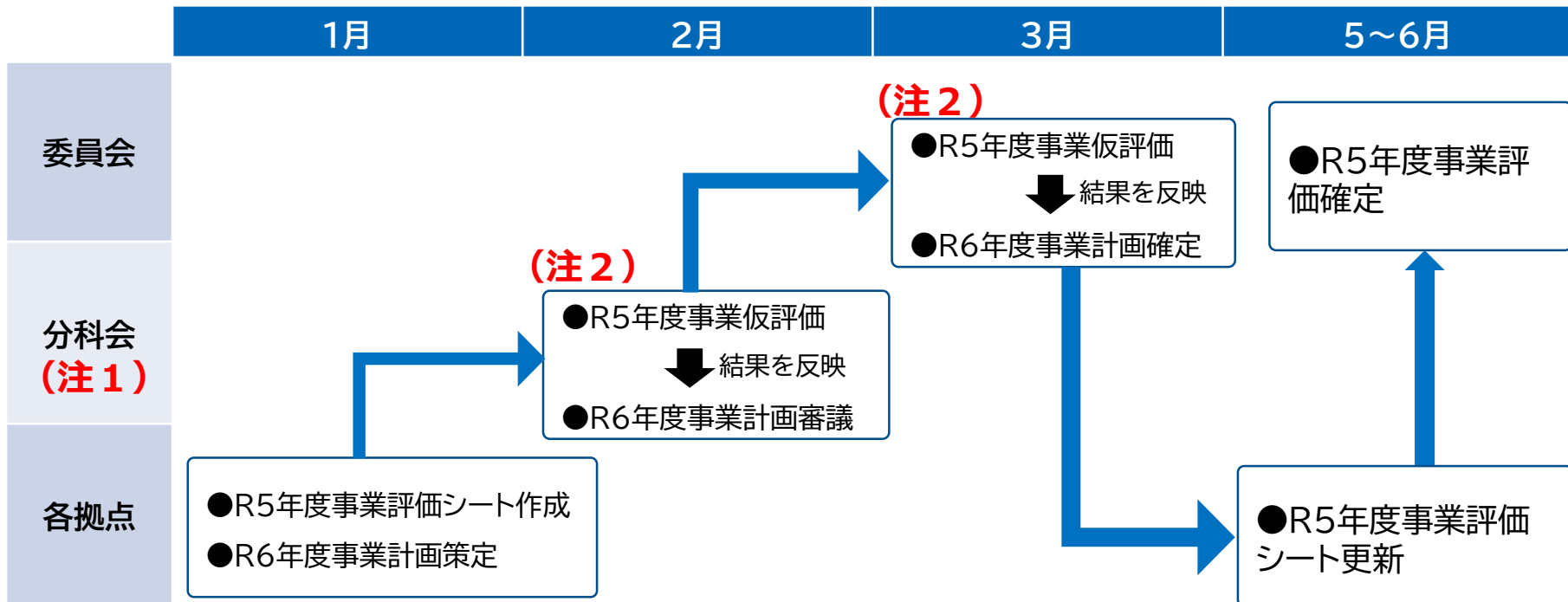
2024年8月7日

- 1 本分科会の目的
- 2 これまでの事業評価の流れ
- 3 これまでの委員会・分科会における意見
- 4 R7年度以降の事業評価
- 5 事業評価シートの見直し
- 6 今後のスケジュール

1 本分科会の目的

- 1 R7年度以降、全ての拠点評価を委員会で一括して実施するにあたり、新たな事業評価の手法を検討する。
- 2 R6年度の各拠点の事業評価を実施し、委員会へ報告する。

2 これまでの事業評価の流れ



(注1) R5年度までは、拠点ごとに分科会を設置し、事業評価及び事業計画の審議を実施

(注2) R4年度までは、各拠点のディレクターは分科会のみ出席していたが、R5年度は本委員会にも出席し、事業説明を行った。

3 これまでの委員会・分科会における意見

■評価全般について

- 評価というのは、**分かりやすいことが重要**
- 評価は、**具体的に何が変わっていたかが重要**
- 事業の改善に向けた評価というのが、評価の本来の目的
- 指標を設定することが目的になりがちなので、**何のために評価しているのか**というものがないと、有効な見える化にならない

■評価の視点

- **社会的インパクト評価の視点**が分かるような評価ができないか
- これまでナラティブを中心とした形での評価でしたが、**事業のインパクト、社会的な効果**をどのように評価するか、**ビフォーアフター**を具体的に評価する時期なのではないか
- 長期視点での評価が必要ではないか
- 各拠点の事業内容を**創造都市**としてどう評価するのかという話が本当は必要ではないか
- 各拠点の事業を横並びにしたときに**創造都市**として**どういう価値を提供したいのか**、ここはむしろ横浜市なり委員会が設定しないと、事業者さんにそれを任せるのは難しい
- 各拠点に何を求めていくかを概念を含めて明確にすべき

3 これまでの委員会・分科会における意見

■評価手法について

- 各拠点の運営団体から直接ヒアリングする方法は継続した方が良い。
- 有償貸付とそれ以外の拠点とでは、異なる手法で評価すべきでないか。
- 具体的な目標を設け、それとナラティブ、あるいはデータ、エビデンスなど、何に基づいて評価をするのかが重要

■評価シートについて

- 委員会で一括して評価を行うのであれば、書きぶりを統一した方が良い。
- 最終的に文章としてまとめることで、絵に描いた餅になってしまっている印象を受ける。
- 具体的に变化したことの見える化を、箇条書きではなく、具体的なポイントとして落とし込み、分かりやすい形で評価ができて、少しずつ進化していることが見える形にしていかないと、分かりづらさというのはずっと残ってしまう。
- 本来の基本方針と事業の結びつきが見えづらい

4 R7年度以降の事業評価

【基本的な方向性】

- (1) 事業実施による具体的な変化(＝アウトカム)が分かるようにする
- (2) 委員会での評価範囲は、限られた時間で効率的かつ効果的に評価を行うため、アウトカム分析を中心に行うこととする。
- (3) 本市がデータに基づく政策形成を強化している背景を踏まえ、市民にどのような還元をもたらしているか把握できる指標は、「必須項目」としてデータを収集する。
＜指標例＞参加者数、認知度、満足度、推奨度 等
- (4) 上記取組を見える化するために、拠点ごとのロジックモデルを策定する。
- (5) 有償貸付の拠点についても、評価シートに準じて「事業報告シート」を提出していただく。
- (6) 各拠点からのヒアリングは継続する。ただし、R6年度は事業評価分科会のみで実施し、本委員会では実施しないこととする。

5 事業評価シートの見直し

現在の評価シート

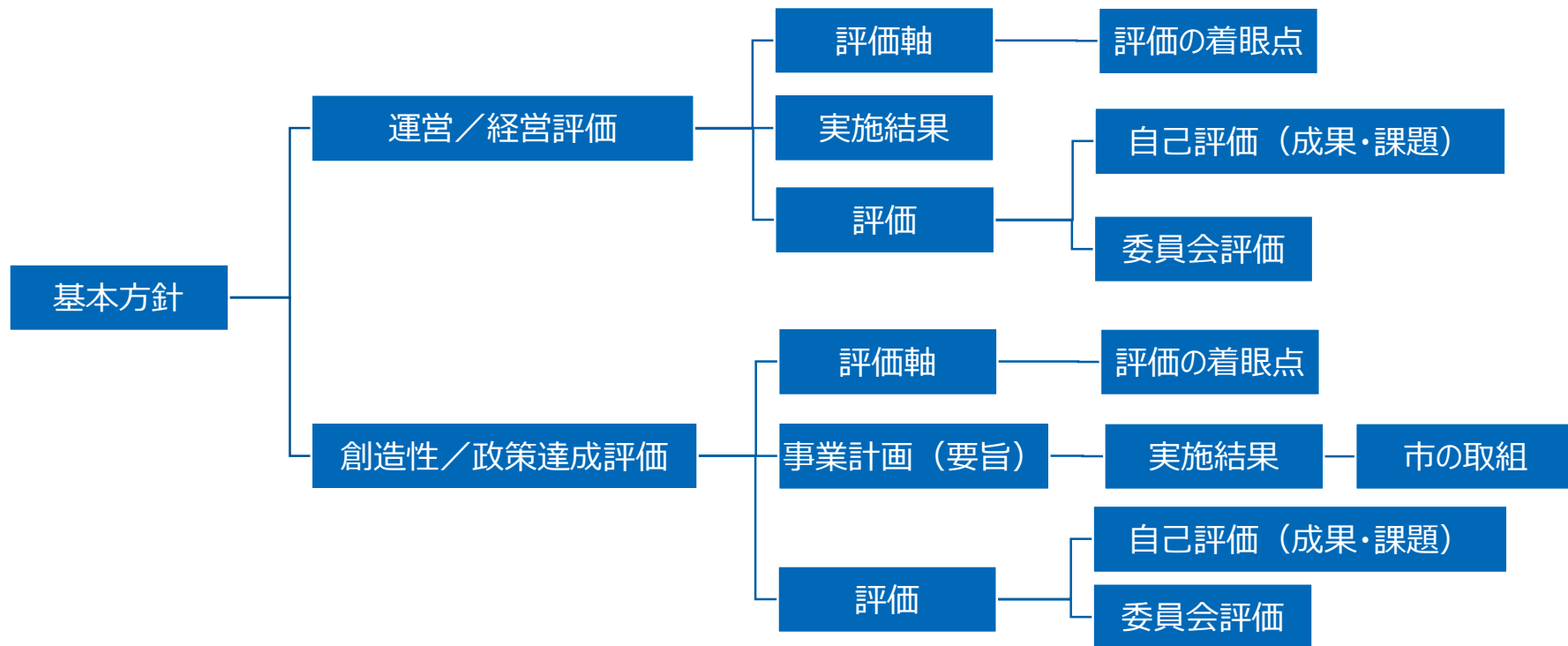
【基本情報】

拠点名称	THE BAYS(旧関東財務局横浜財務事務所)	基本方針	①関内・関外地区における創造産業の集積をさらに推進し、これを横浜経済の活性化につなげる ②旧関東財務局の活用を通じて日本大通り地区の賑わい創出を図る
運営期間	平成28年度～令和12年度（8年目／15年間）		
運営団体	株式会社横浜DeNAベイスターズ		

I 運営／経営評価		実施結果	評価	
評価軸			自己評価(成果・課題)	委員会評価
1 <施設の運営状況>	1 文化財の価値を損なわず、建物の歴史を生かした活用を行っているか？	<ul style="list-style-type: none"> ・社内で新たな取り組みが検討される際には、文化財の価値を損なわないようにするために施設管理担当が必ず施設面についても確認を行うようにした。 ・コミュニティスペースの利用状況については、事業報告書のとおり。ビジネススクールや子供向けアカデミーを始め、観光イベントなどでもコミュニティスペースを利用した。 ・3階会議スペースの利用状況については、事業報告書のとおり。 ・事業報告書のとおり、関内外地区における創造産業の集積のさらなる推進、日本大通り地区の賑わい創出につながる運営を行った。 	<ul style="list-style-type: none"> ・アフターコロナでリモートワークから出社への勤務形態に変化しており、会員利用の需要が落ちてきている。ビジネススクールの参加者にコミュニティスペースの使用権利を付与し、参加者同士の交流の場として使用するなどコミュニティスペースの最大限の活用に向けて工夫することができた。 	<ul style="list-style-type: none"> ・横浜の創造都市施策の中で大企業とクリエイティブを重ねるノウハウが模索されてきていて、それを評価できる。それを生かしつつ、THE BAYSや創造都市施策のPRにつなげられると良い。
	2 コミュニティスペースがクリエイター・企業等の交流の場として十分利用されているか？			
	3 3階会議スペースがラボ会員等に十分利用されているか？			
	4 事業計画協定書における事業計画を基本に、事業目的に適った運営がなされているか？			
2 <広報活動>	1 施設及び各事業の効果的な広報活動・情報発信が行われているか？	<ul style="list-style-type: none"> ・オープンなイベント、ワークショップ等の発信コンテンツを定期的に開催した。 ・自社HP、拠点HPを中心とするオウンドメディア、SNSを活用した効果的な広報活動、情報発信に取り組んだ。 ・プレスリリース等を通じて外部メディアへのイベント告知などを戦略的に進めた。 ・イベント実施の際はメディアへの働きかけを行い、インターネットメディアにはイベントの様子を記事にいただいた他、一般紙でもビジネススクールの様子を記事にももらった。 ・1FのPRコーナーでは、他の創造界隈拠点で行われるイベント等のちらしを配架し、創造都市横浜のPRを行った。 	<ul style="list-style-type: none"> 引き続き、球団公式SNSやプレスリリース・各イベントの趣旨に合わせたメディアへのアプローチに尽力し、ほぼ全てのイベントで集客に成功した。 また、メディアへの事前のアプローチを戦略的に行うことで、メディア露出の機会も増やすことができた。 	<ul style="list-style-type: none"> ・競技場にインキュベーション機能が付随しているのは全国的にも珍しい。THE BAYS単体ではなく、横浜スタジアムと一体でPRできると良い。 ・オープンから8年、ブランドをリフトする時期に来ている。施設名称やロゴなどを見直すことも一考ではないか。
	2 創造都市横浜のPRにつながる工夫がなされているか？			
3 <施設の維持管理>	1 施設を法令遵守して維持管理しているか？（特に文化財として）	<ul style="list-style-type: none"> ・施設の維持管理では、日常清掃と定期清掃をヒトヒト株式会社へ、設備管理や各種点検は株式会社相鉄企業へ委託し、維持管理に努めた。 ・施設の変更や修繕については、毎月、横浜市文化観光局様へ維持管理報告書を提出しているほか、利用方法の変更を検討の際にも、にぎわいスポーツ文化局様へ事前に相談し、都度、判断を仰ぐようにした。 ・安全対策、安全管理は、ヒトヒト株式会社と相鉄企業株式会社とも都度連携し、法令で定められた点検、検査などを実施した。 	<ul style="list-style-type: none"> 建物文化財であることを十二分に踏まえ、法令に遵守して維持管理することができた。 また、安全対策、安全管理についても急ぎではおらず、その結果、これまで無事故で施設の維持管理をできていると自負している。 	<ul style="list-style-type: none"> ・文化財とプロスポーツチームという異なる組み合わせである中、市と協力しながら文化財の維持管理ができています。
	2 施設の変更や修繕について決められた通り報告しているか？			
	3 利用方法の変更などについて事前に報告・相談をしているか？			
	4 安全対策、安全管理をしっかりとした体制で行っているか？			

5 事業評価シートの見直し

現在の評価シート



5 事業評価シートの見直し

課題

基本方針と実施結果の因果関係・相関関係が把握できない

アウトプット中心の実施結果となっており、アウトカム視点での評価ができていない

自己評価欄について成果と課題が混在しており、テキストが長いこと評価に時間を要する。

事業実施による変化を把握しづらい

見直しの方向性

ロジックモデルの策定により、基本方針と実施事業の関係性を明らかにする

アウトプットとアウトカムの記載を分けることで、アウトカム分析をしやすくする

短時間で効率的な評価を行うため、成果と課題を切り分けて記載する

計画時に設定したアウトカムに対して、事業実施後の変化について記載する。

5 事業評価シートの見直し

新評価シート案

令和7年度 事業評価シート

【基本情報】

拠点名称	
運営期間	
運営団体	

運営期間中に達成すべき中長期アウトカム
①
②
③

基本方針
①
②
③

【ロジックモデル】

■中長期アウトカムの達成度
<前年度までの現状>

<令和5年度の到達度>

<運営期間最終年度に目指す姿>

■令和7年度の取組

アクティビティ	アウトプット				初期アウトカム							該当する中長期アウトカム	
	内容	目標値	実績値	単位	内容	指標	目標値	実績値	単位	計測時期	根拠資料		

- 【旧シートとの比較】
- ▶基本方針 (= 評価軸)
→中長期アウトカム
 - ▶事業計画
→アクティビティ
 - ▶実施結果
→アウトプット
 - ▶評価の着眼点
→初期アウトカム

5 事業評価シートの見直し

新評価シート案

【評価】

自己評価	
成果	課題

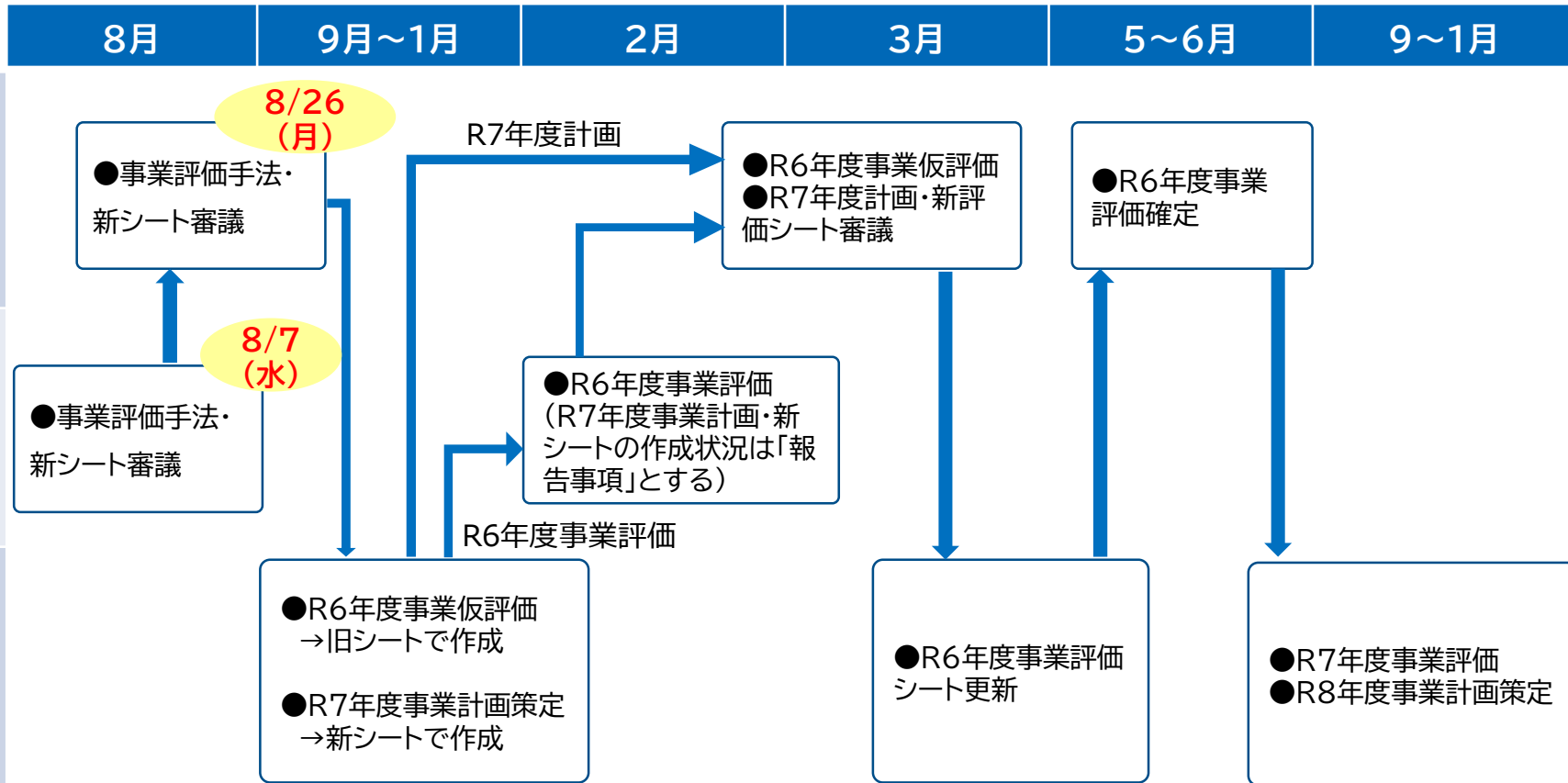


次年度事業への反映

総評	
----	--

これまでの総評	R5	
	R4	
	R3	
	R2	
	R1	

6 今後のスケジュール



令和7年度 事業評価シート

【基本情報】

拠点名称	
運営期間	
運営団体	

運営期間中に達成すべき中長期アウトカム	
①	
②	
③	

基本方針
・
・
・

【ロジックモデル】

■中長期アウトカムの達成度

<前年度までの状況>

<令和5年度の達成状況>

<運営期間最終年度に目指す姿>

■令和7年度の取組

アクティビティ	アウトプット				初期アウトカム							該当する中長期アウトカム	
	内容	目標値	実績値	単位	内容	指標	目標値	実績値	単位	計測時期	根拠資料		

【評価】

自己評価	
成果	課題



次年度事業への反映

総評	
----	--

	R5	
	R4	

これまでの総評	R3	
	R2	
	R1	

令和7年度 事業報告シート

【基本情報】

拠点名称	
運営期間	
運営団体	

運営期間中に達成すべき中長期アウトカム

①	
②	
③	

基本方針

・	
・	
・	

【ロジックモデル】

■中長期アウトカムの達成度

<前年度までの状況>

--

<令和5年度の達成状況>

--

<運営期間最終年度に目指す姿>

--

■令和7年度 of 取組

アクティビティ	アウトプット				初期アウトカム							該当する中長期 アウトカム	
	内容	目標値	実績値	単位	内容	指標	目標値	実績値	単位	計測時期	根拠資料		

【助言】

委員会からの助言	
----------	--

これまでの助言	R5	
	R4	
	R3	
	R2	
	R1	

令和5年度 事業評価シート

【基本情報】

拠点名称	THE BAYS(旧関東財務局横浜財務事務所)	基本方針	①関内・関外地区における創造産業の集積をさらに推進し、これを横浜経済の活性化につなげる ②旧関東財務局の活用を通じて日本大通り地区の賑わい創出を図る
運営期間	平成28年度～令和12年度（8年目／15年間）		
運営団体	株式会社横浜DeNAバイスターズ		

I 運営／経営評価		実施結果	評価		
評価軸			自己評価(成果・課題)	委員会評価	
1	<施設の運営状況>	1 文化財の価値を損なわず、建物の歴史を生かした活用を行っているか？	<ul style="list-style-type: none"> ・社内で新たな取り組みが検討される際には、文化財の価値を損なわないようにするために施設管理担当が必ず施設面についても確認を行うようにした。 ・コミュニティスペースの利用状況については、事業報告書のとおり。ビジネススクールや子供向けアカデミーを始め、観光イベントなどでもコミュニティスペースを利用した。 ・3階会議スペースの利用状況については、事業報告書のとおり。 ・事業報告書のとおり、関内外地区における創造産業の集積のさらなる推進、日本大通り地区の賑わい創出につながる運営を行った。 	<ul style="list-style-type: none"> ・アフターコロナでリモートワークから入社への勤務形態に変化しており、会員利用の需要が落ちてきている。ビジネススクールの参加者にコミュニティスペースの使用権利を付与し、参加者同士の交流の場として使用するなどコミュニティスペースの最大限の活用に向けて工夫することができた。 	<ul style="list-style-type: none"> ・横浜の創造都市施策の中で大企業とクリエイティブを重ねるノウハウが模索されてきていることは評価できる。それを生かしつつ、THE BAYSや創造都市施策のPRにつなげられると良い。 ・競技場にインキュベーション機能が付随しているのは全国的にも珍しい。THE BAYS単体ではなく、横浜スタジアムと一体でPRできると良い。
		2 コミュニティスペースがクリエイター・企業等の交流の場として十分利用されているか？			
		3 3階会議スペースがラボ会員等に十分利用されているか？			
		4 事業計画協定書における事業計画を基本に、事業目的に適った運営がなされているか？			
2	<広報活動>	1 施設及び各事業の効果的な広報活動・情報発信が行われているか？	<ul style="list-style-type: none"> ・オープンなイベント、ワークショップ等の発信コンテンツを定期的開催した。 ・自社HP、拠点HPを中心とするオウンドメディア、SNSを活用した効果的な広報活動、情報発信に取り組んだ。 ・プレスリリース等を通じて外部メディアへのイベント告知などを戦略的に進めた。 ・イベント実施の際はメディアへの働きかけを行い、インターネットメディアにはイベントの様子を記事にいただいた他、一般紙でもビジネススクールの様子を記事にもらった。 ・1FのPRコーナーでは、他の創造界隈拠点で行われるイベント等のちらしを配架し、創造都市横浜のPRを行った。 	<ul style="list-style-type: none"> 引き続き、球団公式SNSやプレスリリース・各イベントの趣旨に合わせたメディアへのアプローチに尽力し、ほぼ全てのイベントで集客に成功した。 また、メディアへの事前のアプローチを戦略的に行うことで、メディア露出の機会も増やすことができた。 	<ul style="list-style-type: none"> ・オープンから8年、ブランドをリフトする時期に来ている。施設名称やロゴなどを見直すことも一考ではないか。
		2 創造都市横浜のPRにつながる工夫がなされているか？			
3	<施設の維持管理>	1 施設を法令遵守して維持管理しているか？（特に文化財として）	<ul style="list-style-type: none"> ・施設の維持管理では、日常清掃と定期清掃をヒトヒト株式会社へ、設備管理や各種点検は株式会社相鉄企業へ委託し、維持管理に努めた。 ・施設の変更や修繕については、毎月、横浜市文化観光局様へ維持管理報告書を提出しているほか、利用方法の変更を検討の際にも、にぎわいスポーツ文化局様へ事前に相談し、都度、判断を仰ぐようにした。 ・安全対策、安全管理は、ヒトヒト株式会社と相鉄企業株式会社とも都度連携し、法令で定められた点検、検査などを実施した。 	<ul style="list-style-type: none"> 建物が文化財であることを十二分に踏まえ、法令に遵守して維持管理することができた。 また、安全対策、安全管理についても怠ってはならず、その結果、これまで無事故で施設の維持管理をできていると自負している。 	<ul style="list-style-type: none"> ・文化財とプロスポーツチームという異色な組み合わせである中、市と協力しながら文化財の維持管理ができています。
		2 施設の変更や修繕について決められた通り報告しているか？			
		3 利用方法の変更などについて事前に報告・相談をしているか？			
		4 安全対策、安全管理をしっかりとした体制で行っているか？			

Ⅱ創造性／政策達成評価		評価の着眼点	事業計画(要旨)	実施結果	市の取組	評価		
評価軸	自己評価(成果・課題)					委員会評価		
1	[多様性/バリエーション] 関内外地区において、多様な人材による創造的な産業や創造的な活動をさらに活性化し推進する	1 [創造的な取組であるか？] スポーツ×クリエイティブというコンセプトを通じて、多様な人々による創造的な活動を促進する創造的な事業等を実践できたか	基本的にはTHE BAYS内主催のすべてのイベントでスポーツ×クリエイティブをコンセプトとする 特に下記3つの目的に沿ってそれぞれのイベントを実施していく ・軸1 人材集約・育成のきっかけ作り ・軸2 横浜のまちにしみ出していく ・軸3 バイスターズとしての価値向上	継続的に全てのイベント・企画でスポーツ×クリエイティブをテーマに実施。 詳細は事業報告書の通り。 2023年度は小学生から大学生までの各世代が参加できる職業体験のプログラムや社会人向けのビジネススクールを左記の3つの軸で開催し、多くの参加者を集めることができた。	<関係部局等との連携の推進> ・事業評価の指標を検討するため、日本大通りエリアに求められる活性化のあり方を都市整備局と意見交換をした。引き続き議論を行いながら、THE BAYSの位置づけや市としてのアウトカム指標の検討を進めていく。 ・スポーツ推進課と連携し、市公式Xの活用を検討した。次年度以降も引き続き同課との連携を図っていく。 <にぎわいスポーツ文化局の媒体等を活用した広報協力> ・ACYの広報ツールにTHE BAYSの事業を掲載し、野球ファン層以外にもTHE BAYSを知ってもらう機会を創出した。	<成果> 学生向けの職業体験プログラムが想定以上に人気を博し、事業としての道筋が見えてきた。プログラムを通じて「スポーツをする」ことだけでなく「スポーツビジネスを支える」人材の発掘、育成に繋げることもできており、成果を出すことができた。 <課題> THE BAYSでの創造的な取り組みが新たな産業として短期間で成果を出すには難しく、長期的な視点で取り組む必要があると思われる。	・事業相関図により、市とTHE BAYSの共通認識で事業整理ができたことは評価できる。事業同士のつながりという点では、例えばASC単体でヨガの参加者を増やすというものではなく、THE BAYS全体として、各事業の展開を考えていけると良い。 ・ビジネススクールを中心に創造的な人材の育成や産業創出に一定の成果が出てきているとは思いますが、今後、受講生から起業につながった事例などを積み重ね、事業からの波及のストーリーが語れるようになると思う。	
		2 [創造的な人材や事業を育成し、巻き込んでいるか？] 創造的な活動に取り組む人材の育成や、創造的な活動に取り組む企業、大学、市民、行政との交流・連携が展開されているか	ビジネススクールと子供アカデミーで各ステークホルダーと連携していく ①ビジネススクール 引き続き、ビジネスマンやスポーツビジネスに興味がある人材を育成・集積していく ②子供向けアカデミー 小学生から大学生までを対象に、横浜のまち・スポーツビジネスに興味を持ってもらい、将来横浜で創造的な活動に取り組む人材を育成する	社会人対象のビジネススクールでは、大学や企業・団体の方を講師に招き、交流・連携を図った。 子供向けアカデミーでは、小学生から大学生までの各世代向けの職業体験プログラムを実施し、「スポーツをする」だけでなく「スポーツをビジネスとして支える」人材の育成に取り組んだ。 さらに、DeNA本社との連携で本年度は2回のランニングイベントを&9も活用しながら開催した。				アフターコロナによるリモートワークメインから出社をメインとした勤務体系の変化により、ワーキングハラスタの利用者は激減した。 観光ツアーは試合日のツアーの回数を可能な限り増やすことに成功し、新たな事業として成立しつつある。
		3 [創造的なPJが生まれ、THE BAYS外にアウトプットされているか？] 創造的な取組を通じて、新たな産業やプロジェクトが創出され、実際に関内外エリアないしは横浜都心部エリアに展開されているか	①ワーキングハラスタを発展させ、ワーケーションプランとしてTHE BAYS・横浜スタジアム周辺に来てもらえるような取組を行う ②観光ツアーでは引き続き試合日のツアーを実施しながら、非試合日のプラン作成にも再挑戦し、関内外エリア及び横浜のまちに出ていく取組を行う	アフターコロナによるリモートワークメインから出社をメインとした勤務体系の変化により、ワーキングハラスタの利用者は激減した。 観光ツアーは試合日のツアーの回数を可能な限り増やすことに成功し、新たな事業として成立しつつある。				
2	[波及効果/インパクト] 本施設の活用を通じて日本大通りをはじめとした横浜都心部の賑わい創出、及びエリア全体の価値向上を図る	1 [エリアマネジメント/エリアブランディング的な波及効果] 日本大通りを中心とした横浜都心部の事業に参加・協力をし、エリア価値の向上に寄与しているか	①日本大通り活性化委員会への参加、そのほか日本大通り沿いのイベントに参加する ②テラス、中庭を活用した集客によって、賑わいを作る +Bや&9、地下1階では野球ファンだけでなく、日常的にTHE BAYSを使ってもらえる来館者を増やし、エリア価値向上に寄与する	テラス・中庭を使用した集客によって賑わいを作り、野球ファンだけでなく、日常的にTHE BAYSを使ってもらえる来館者を増やし、エリア価値向上に寄与することができた。また、ロケ地として利用いただくことで、聖地巡礼など、賑わいの創出に繋がっている。	<エリアの関係者等との連携の推進> ・建築局の事業(公共建築を巡るデジタルスタンプラリー)において、THE BAYSの参画を調整し、回遊性向上に寄与した。 ・所有者として利用者の安全及び文化財の保全に努めながらも、庁内関係部局と連携し、撮影の要望に応えられるよう調整した。 ・創造都市推進課職員もオブザーバーとして日本大通りエリアマネジメント協議会の定例会へ参加した。 <にぎわいスポーツ文化局の媒体等を活用した広報協力> ・創造都市施策についての視察や広報誌掲載の依頼に対し、積極的にTHE BAYSの施設や取組を紹介している。 ・THE BAYSを含めた創造都市の取組及びエリアの魅力をプロモーションするガイドマップ(タイムアウト東京のクリエイティブシティ・ヨコハマ版)及びウェブ特集記事を作成した。	<成果> THE BAYSをドラマやCM、ミュージックビデオの撮影で利用される回数が増えたことにより、エリアブランディングにも寄与している。これにより、+Bや&9の利用にもつながっており、日本大通りににぎわいを作る要因の一端を担っている。 <課題> 試合開催日を中心ににぎわいを創出できているが、非試合日にもにぎわいを創出することが課題。	・事業相関図を作成したことにより、エリアブランディング的な、新たな広がりが出てきていることが見える化された。 ・市所有の文化財といたった特殊な空間を活用している中で、もう少し市民参画があると良い。ショッピングの来館やプログラム参加を超えた、市民参画の考え方を取り入れられるといい。 BtoCが難しいのであれば、事業パートナーを見つけ、BtoBtoCにすることも考えられる。	
		2 [クリエイティブ/ウェルビーイングへの波及効果] スポーツ×クリエイティブという視点から、創造界隈の形成や関内外の活性化による市民のQOL向上にも活動を広げているか	①観光ツアーでは引き続き、THE BAYS.日本大通りという枠を超えて関内外や横浜のまちを楽しんでいただくプログラムを創り出す ②+B、&9、地下1階では日常的に市民のライフスタイルに寄り添った商品・プログラムを開発する	引き続き球場にバイスターズファンの人に足を運んでもらうべく、野球イベントと連動したメニューの開発や選手の記録に紐づいた商品の販売などで、来館者数増に努めている。 観光ツアーの継続的な実施によりファンだけでなく、横浜市民、観光客へのアプローチにも繋がっている。				

総評	<ul style="list-style-type: none"> ・運営開始から8年、各事業を取捨選択していく中で、いい成果が出てきている。 ・ビジネススクールをはじめ、CSLについては芽が出てきた。このまま延長線上の事業を続けるのではなく、特徴的な事業に集中するなど、THE BAYS全体の新たな展開も考えられる時期に来ている。 ・市も含めて、現在の事業のその先、ビジョンやプログラム参加者の道筋を考えていけると良い。 ・この場所が何を生み出しているのか、事業全体で考えた上で、THE BAYS全体で一つのコンセプトを打ち出せると良い。 	【市の取り組むべき事項】 ・THE BAYSの成果を積極的にエリアブランディングに生かすことが、政策的にもプラスになる。 ・アウトカム指標の検討にあたっては、数値だけではなく、エリアの人々の行動が変わった、心が変化したなど、数値で見えない部分も考慮する必要がある。 ・THE BAYSで育った人材の実践の場、力を発揮する場を市が用意できると良い。 (ex.スポーツイベントや学校への派遣など)
----	---	---

これまでの総評	R4	<ul style="list-style-type: none"> ・民間企業のノウハウによって、戦略的に事業を実施している。 ・多様な事業を実施している一方で、民間企業の単独の取組のように見えている。個々の取組の相関図などにより、全体の目標に対する各事業の位置づけを意識できるとよい。 ・横浜スポーツタウン構想への関わりについても検討できるとよい。
	R3	<ul style="list-style-type: none"> ・総じて様々な事業に精力的に取り組んでいただいている。報告の仕方として、事業に参加した方の変化や街への波及効果などを盛り込んで、BAYSの取組により、どのようなインパクトがあったのかを示してほしい。 ・開館から5年経過したので、これまでの成果や当初想定されなかったことなどを踏まえ、THE BAYSの取組が関内外の住民あるいは横浜市民に対してどのような価値が提供できているのかといった観点から市とともに評価軸を検討してほしい。
	R2	<ul style="list-style-type: none"> ・コロナ禍において、事業自体が中止・延期となる施設も多い中で、オンラインや運営団体の工夫を通して、活動を継続し、かつ発展させてゆくことができた点はよかったと思われる。今後、こうした活動の認知・発信を強化するためにも、公民連携を通じて各方面からアプローチするとともに、横浜スポーツタウン構想を始めとして、地域や地域のクリエイター、他の拠点等との連携を通じて活動を発展させていきたい。
	R1	<ul style="list-style-type: none"> ・4年目を迎えて、活動としては非常に活発化しているが、創造産業に関する活動のアウトプットが不足している。外部との連携も踏まえた創造産業の集積の促進と発展に向けて頑張ってもらいたい。 ・内部の活動を外に見える化していくためにも、中庭の活用など、官民連携してほしい。

令和5年度 事業評価シート

【基本情報】

拠点名称	象の鼻テラス	基本方針	①創造都市横浜の推進のため、文化観光交流拠点として、質の高いアートプログラムを国内外に向けて発信する ②象の鼻パークとの一体的活用により、利用者の利便性や象の鼻パーク全体のブランド力向上を目指す
運営期間	令和2年度～令和6年度(4年目/5年間)		
運営団体	株式会社ワコールアートセンター		

【事業計画及び事業評価】

I 運営/経営評価		実施結果	評価		
評価軸			自己評価	委員会評価	
1	無料休憩スペース/ 観光インフォメーション 運営	1 市民に開かれた無料休憩スペースを運営	<ul style="list-style-type: none"> ●来場者数は、昨年比で上回っており(前年度比106%)、コロナ前の2019年度との比較では同等程度に回復している。また、平日の利用者数が増えており、日常的な利用者が増えたと考えられる。【参考:P15】 ●例年同様、年中無休の運営が可能な体制づくりに向けており、年間を通して10時～18時開館し、さらに季節やイベントにより延長するなど柔軟に対応した。 ●観光インフォメーションは、土日祝日を中心に市民ボランティアガイドの自発的な活動による観光案内を実施。近隣イベントの情報収集にも取り組んだ。 ●利用者の要望を知るため、定期的にアンケートを収集。(回答数インフォメーション:336件、カフェ主導プロジェクト内アンケート:137件) ●常設展示のほか、壁面展示型の催事を多く実施し、夜間の時間外活用も積極的に行うなど、象の鼻テラスの環境の特性を活かしたプログラムを展開した。 	<ul style="list-style-type: none"> ●新型コロナウイルスの沈静化と、それに伴う5類感染症に移行により、海外からの客足も戻りコロナ前とほぼ同等の来場者数を記録している。特に土日祝日の象の鼻カフェの人気は顕著であり、年中無休でイベント実施を含め安心安全に運営ができていることは成果である。 ●長期型の展示催事、市民参加型のイベントの実施を今年は意識的に多く実施し、観光客を含め様々な市民に文化体験の機会を創出した。 ●昨年の指摘された変化や影響を定数・定性で評価していくためにもアンケートを、象の鼻テラス/カフェ、主要プロジェクトにて実施集計し、運営にフィードバックを返している。 ●来場者数の増加により、イベント時にはテラス内が飽和状態になるなど、休憩所利用とイベントの開催の両立が課題である。 	
		2 観光インフォメーションの運営			
		3 利用者の利便性向上に資する取組			
2	運営体制	1 スタッフの配置状況(役割・人数)、勤務体制	<ul style="list-style-type: none"> ●象の鼻テラス常勤スタッフは昨年度から引き続き7人体制で運営。 ●今期は「主催イベントスケジュールの早期決定および、協力催事の実施フローの標準化」を軸に、労働負荷改善と業務内容の充実に向け適時外部スタッフを配置して確実な運営に努めた。 ●各分野に精通するスタッフによりチームを編成し、それぞれの事業の企画・推進に取り組んでいる。各プロジェクトの主担当・副担当・フォロー担当者を明確にし、年間を通した推進・実施振返りをすることで今後の業務のスキルアップに繋げている。 ●外部催事やセミナー等への積極参加を促すなど、各スタッフ自身が専門性を磨く時間を当てられるようサポート体制を整えた。 	<ul style="list-style-type: none"> ●主催イベントスケジュールの早期決定および、協力催事の実施フローの標準化を施設長中心に推進。館内使用の際のレギュレーション作成や、備品リストの更新、広報フローの整理など、個別属人的に行っていたものをまとめ資料化した。結果、自助努力として、事業性の高い催事を昨年度よりも多く実施し賑わいを作っていたことは成果である。 ●主催事業は各プロジェクトごとに、ツールを使った情報共有効率化を進めることで、シフト状況や作業引き継ぎなどで停滞することなく、なるべく属人化せずに推進することを達成しつつある。 	<ul style="list-style-type: none"> ●主催イベントスケジュールの早期決定および、協力催事の実施フローの標準化を推進したこと、また、主催事業の各プロジェクトごとに、ツールを使ったスタッフ間での情報共有を進め、効率化を図ったことは、安定した事業運営につながるため、評価できる。
		2 緊急時の体制			
		3 スタッフのスキルアップ、モチベーションアップ、ワークライフバランスのための取組			
3	施設の維持管理	1 施設の維持管理状況	<ul style="list-style-type: none"> ●設備点検を定期的に実施しているほか、劣化が目立つ箇所や、トイレの修繕等、長年使用し損傷した箇所については、市担当者や情報共有しながら順次修繕を行っている。 ●消防訓練は例年通り実施、非常時対応についてのルール確認も定期的にスタッフ間で行った。 ●予期せぬ地震などが続いているが、展示物や施設設備などの破損・落下は発生しておらず、今後も、地震対策を十分に取った運営を目指す。 ●清掃除去で課題があったが、清掃業者交代のタイミングにて実施項目の見直し、指導を行い、改善した。 ●バックヤードの目隠しについては数年手付かずの状況だったが、ターポリンを購入・設置し、外観の美化に努めている。 	<ul style="list-style-type: none"> ●オープン当初から15年が経過し耐用年数を超えている備品や設備が増えているため、月例の定例会にて修繕必要箇所の共有と優先順位の確認を継続し、今後も来場者、利用者、従業員が安全面で不安のない状態での運営が基本となるようにしていく。 ●象の鼻パークでの催事の量、来場者の規模ともに増えているのが一要因ではあるが、トイレ修繕に迅速な対応をしきれていないことは課題である。 ●地震の多発、イベント会場での食中毒発生、新型コロナウイルスやインフルエンザ流行など、不測の事態が続く年ではあったが、都度点検、見直しを図り、大きな事故なく運営できている。 	<ul style="list-style-type: none"> ●来場者の属性や事業内容に関するアンケート調査を通じて回収した経年の定量的変化を把握することにより、季節を問わず来場者数の推移が平準化してきていること、カフェの売り上げも安定していることが分析できるようになったことは評価できる。
		2 施設の小規模修繕・改善状況			
		3 安全対策、安全管理体制			
4	広報活動	1 象の鼻テラス及び各事業の効果的な広報活動・情報発信	<ul style="list-style-type: none"> ●ウェブサイトリニューアルを完了。わかりやすく発信力のあるサイトの構築と、過去のイベントの検索のしやすさなどを兼ね備え、モバイルファーストのサイトを目指した。 ●今年度はさらにSNS発信のフローをルーティン化、フォーマット化し、投稿数を落とさず運用。フォローが着実に増加している。 ●各イベントの広報活動について、ターゲティングを工夫したSNS広告を活用することで、通常とは異なった客層の人々が象の鼻テラスに集まった。集客まで確実に効果を発揮している。【参考:P1】 	<ul style="list-style-type: none"> ●長年のバグや課題を抱えていたウェブサイトのリニューアルが完了し、情報の見やすさ使いやすさが向上、運用面の作業効率も上がった。これにより更なる認知拡大に繋がるよう、WEBの活用を進めていく。 ●インスタグラムを中心にSNS発信をルーティン化し、さらにSNS広告の活用により、特にイベント集客時には象の鼻テラスに接点が多かった層まで届いている実感がある。実際にBALLET PROJECTの後半に実施したZAGAKUでは、関係者紹介以外での参加が増えたのは、広告経由の来訪だった。 	
		2 創造都市横浜のPRにつながる広報活動・情報発信			
		3 事業のアーカイブの作成、発信(出版物、映像資料等)			
		4 海外を意識した情報発信(バイリンガル対応等)			

II 創造性 / 政策達成評価		評価の着眼点	事業計画(要旨)	実施結果	評価		
評価軸	自己評価(成果・変化)				委員会評価		
1	創造都市横浜の推進のため、文化観光交流拠点として、質の高いアートプログラムを国内外に向けて発信する	1	<p>[今年度のテーマ] 深化するクリエイティブ・シズン 多様な市民による主体的な表現活動の集積 ○ネクストノーマルにおける事業転換へ 以下3点を軸に文化芸術事業を推進 ①伴奏者であるアーティストによる質の高い表現の日常的展開(実施事業:ZOU-NO-HANA GALLERY SERIES、フランス月間) ②市民表現のプラットフォームである各種プロジェクトの継続実施(実施事業:ZOU-SUN-MARCHE、ダンス緑日、FUTURESCAPE PROJECT/フォトコンテスト) ③市民が主体的に関わり、相互交流を前提とする「学び」の場の創出(実施事業:PORT JOURNEYS、ZOU-NO-HANA BALLET PROJECT)</p>	<p>●ZOU-NO-HANA GALLERY SERIES ・今年度は、アーティスト選定から時間をかけて行ったZOU-NO-HANA GALLERY SERIES vol.10を開催。 ●(協力催事)フランス月間 ・AR壁画の展示、ワークショップ、トークを開催。AR壁画はタブレットを使ってインタラクティブに楽しむことができた。 ●ZOU-SUN-MARCHE ・外部と積極的に連携し、テーマ性の高い多ジャンルのマルシェを開催した。(ポルトガルマルシェ、レコードマルシェ、焼き菓子マルシェなど) ・出店希望者は増加傾向にあり、土日連続した開催も増やしている。 ●ダンス緑日 ・収益性の「自助努力」として、従来の無料参加方式から参加料徴収式で引き続き実施。今年度は公募形式で、市民ダンスチームを広く募集を呼びかけた。(参加組数46組、881名) ・同様のスキームで「ワールドミュージック」と題し、市民参加の音楽催事を実施。(参加組数20組)</p>	<p>●ZOU-NO-HANA GALLERY SERIES ・vol.10は3人のアーティストによるグループ展とし、コンセプト立案から行うことができた。ギャラリースリールズは1回のみ開催になったが、協力催事にて展示や写真展など壁面を活用した催事を積極的に実施することができた。 ●(協力催事)フランス月間 ・インタラクティブに大人も子どもも楽しめる作品の紹介となり、象の鼻テラスのひらけた環境に適した内容となった。 ●ZOU-SUN-MARCHE ・テーマ型マルシェは国の文化を中心に紹介するものも多く、コンテンツ力が高いため来場者からは好評を得ている。また、食中毒などのトラブルなく長年安定して運営できており、つくり手も観光客も、土日はマルシェに集うという象の鼻テラスらしい市民参加型のプラットフォームになっていることは成果である。 ●ダンス緑日 ・集客面、収益性、テーマ性ともに、閑散期に行う市民参加型パフォーマンスの成功例となっており、より展開するべく同じスキームで「ワールドミュージック」を実施。現状はほぼ落選者がいないが、参加希望者が増加した際に、選考の基準や落選者へのケアが課題となってくる。</p>	<p>●SNACK ZOU-NO-HANAなどの事業で実施されたトークイベントなどで議論された内容は新しい気づきや視座を提示していることもあり、なるべく記録してウェブサイトに掲載し、広く周知し、かつアーカイブ化されることが望まれる。 ●閑散期に新しい分野のイベントの実施を試みることは、好ましいアイデア。また、WORLD MUSICは国際都市としての横浜市ならではの「イベント」だと思う。新しいプレイヤーやパートナーの発掘も重要であり、市民参加が促されるのも市民伴走型のアート・プロジェクトを提供している象の鼻テラスだからできることであると評価する。また、参加者に負担が過度にかからない程度での参加費の聴取など、経済的自立を念頭においた事業形態であることも重要である。 ●アート・プログラムの郊外展開や、活動のパッケージ化は、外部からも評価されているからできることであり、引き続き取り組んでほしい。</p>	
		2	<p>まちづくり、賑わいづくりに資する事業 □都市文化観光への寄与 □都心臨海部の立地環境、歴史性を意識した企画・活動 □市民のQOL向上につながる事業展開</p>	<p>●ZOU-NO-HANA BALLET PROJECT ・ダンスパフォーマンスの公演に代わり、今年度は連続講座シリーズを新規開講。各分野の第一線で活躍されているアーティストや研究者の先輩方より、プロフェッショナルとして磨かれてきた感性や美学、思考の方法の共有を、プロジェクトリーダーの安藤洋子との対話形式で行った。(全7回開催・参加者数336名) 【アンケート:P11】 ●PORT JOURNEYS ・横浜トリエンナーレの連携企画にポートジャーニー展を位置付けており、その制作のためMichael Kressを招聘した。7組の女性アーティストが、世代の異なる2名を携えてポートレイトの撮影と100年先の未来から今を振り返る想定でメッセージを録音。展示物の素材になる。 ・鶴見小野での活動は、実行委員会が主体となり年間を通じた企画運営ができるようになってきている。 ●Atelier ZOU-NO-HANA ・郊外の小中学校で「出前ワークショップ」するアウトリーチ。今回は旭区中学校にて体験型授業をコーディネートし、身体表現の授業を実施。 ・横浜市港南区役所にてアーティスト曾谷朝絵氏による出張ワークショップを開催。</p>	<p>●ZOU-NO-HANA BALLET PROJECT ・連続講座シリーズを実施したことにより、ダンス経験者やプロジェクト関係者のみならず、更に広がりを持った様々な動機から参加者が来訪した。トークやプレゼンテーションのみでなく、体験とセットの学びの機会を定期的につくることが成果である。 ●PORT JOURNEYS ・展示制作のため、ドイツよりアーティストの招聘が実現できた。展覧会構想の話合いが難航し、制作が予定より押し込まれている。スケジュール管理不足だった点は課題に感じている。 ・鶴見小野の拠点運営では、象の鼻テラスが企画協力した以外に、推進メンバーが独自に誘致した他団体からの企画展が実現し、自走に向けて着実に深化している。また地域のイベントに呼ばれてアートプログラムを実施した。周辺に認知されていることを実感する。 ●Atelier ZOU-NO-HANA ・長年の学校へのコーディネートを通じて、他プロジェクトでも柔軟に子ども向けプログラムに対応できるネットワークができています。今年は特に、FUTURESCAPE PROJECTにて4校の学校連携が実現したことは新たな成果である。</p>		
		3	<p>市民にとってより身近で開かれた事業 □市民参加プログラム、教育プログラムの充実 □市内教育機関、文化施設等との連携 □ガイドボランティアの自立性強化</p>	<p>○テラスの活動の郊外展開 we TREESでは鶴見小野の新拠点「ONO POINT」の持続的運営、Atelier ZOU-NO-HANAでは、教育プラットフォーム事業でアーティスト派遣のコーディネートを行う。 ○事業の効率化と運営費拡充の模索 ①事業の効率化 長期間開催型を軸にした展開で日常的に等しく体験できる施設運営 ②運営費拡充の模索 外部団体利用時の設定金額改定、市民参加ステージの参加料設定、協力・協業相手の新規開拓</p>	<p>●ETB ・近隣の船会社との連携企画「おさんぼクルーズ」は、人気につき殆どの日程で2便稼働している。 ・ガイドスタッフの有志が協力催事の企画協力に参加、有志発案の特別企画(特別クルーズ、よみうりカルチャー横浜連携)を実施するなど、引き続き自主性のある積極的な参加体制で行なっている。 ●SNACK ZOU-NO-HANA ・TOKYO GENDAI開催に合わせ、総勢13組からなるアーティストスナック「SNACK ZOU-NO-HANA ナイトタイム・ビジターセンター」を3日間実施した。 ・今年度は横浜市事業と連携した企画型のSNACK ZOU-NO-HANAを多く実施した。</p>		<p>●ETB ・おさんぼクルーズはラジオに取り上げられるなど、人気コンテンツとして定着している。企画推進に重心が置かれているため、引き続き土日祝の観光インフォメーションにあたるボランティアチーム拡充は課題となる。 ●SNACK ZOU-NO-HANA ・TOKYO GENDAI、ヨルノヨ、ヨコハマトリエンナーレなどの開催に合わせた、夜間のミーティングポイントとしての開催は、象の鼻テラスの立地、コンテンツ力ともに活かすことができ、集客面でも成功例の一つとなった。 ●SLOW LABEL ・オリバラを経て、レガシーとして未来に残していく継続的な事業を行いつつ、次の2030年に向かう新たな事業「Earth ∞ Pieces」を始動しており、多様性のある社会の実現を目指したモデル事業を着実に提示、積み上げている。</p>
		4	<p>協力事業 □横浜市主催事業、横浜市の政策に沿った事業、創造界限拠点と連携した事業等との協力連携</p>	<p>TOKYO GENDAI開催中にSNACK ZOU-NO-HANAを開催。 横浜トリエンナーレ期間中はPORT JOURNEYSの成果発表を実施。 創造都市20周年関連事業の実施。</p>	<p>●SLOW LABEL ・ヨコハマ・パタトリエンナーレのレガシー事業としてソーシャルサーカスのプログラム等を実施。継続して、イベントや特別支援学校、横浜市内の福祉施設に出向き体験会やワークショップを開催している。 ・国際社会共通のSDGs目標である2030年までの6年間をかけて行う、新プロジェクト「Earth ∞ Pieces」の始動。 ●創造都市20周年関連事業 ・象の鼻テラス、BankART、黄金町エリアマネジメントセンターのディレクター陣が定期的に集まり、創造都市20周年に向けて、拠点連携した検討を初めて実施。 ・SNACK ZOU-NO-HANAの形式で、「創造都市」をキーワードに未来のまちづくりについて語り合う場をつくった。</p>		<p>●創造都市20周年関連事業 ・3拠点のコミュニケーションが密になり、普段の広報連携をはじめ、ヨコハマトリエンナーレでの盛り上がりに向けた青年部(仮)の企画も活発に活動するようになってきている。</p>
		5	<p>館内作品展示業務 □日常的に質の高いアート作品・映像作品の展示 □利用者に対する観覧案内・サポート</p>	<p>ZOU-NO-HANA GALLERY SERIESにおいて、展示壁を中心とした長期展示の実施。 フランス月間の実施。</p>	<p>●(協力・連携催事)中区区祭り(ハローよこはま2023) 横浜市中区を盛り上げる中区区祭り「ハローよこはま2023」が、象の鼻パークで開催されるのに合わせ、2027年国際園芸博覧会の機運醸成や、中区制100周年に関する特設ブースを設けた。</p>		<p>●(協力・連携催事)中区区祭り(ハローよこはま2023) ・横浜市が主催する各種イベントの要望に対して、会場管理だけでなく、長年のノウハウを活かして、制作部分からコンテンツ立案等の対応ができたことは成果である。</p>
		6	<p>便益施設(カフェ)運営 □カフェからの積極的な文化発信</p>	<p>名物メニューの開発、お土産の開発、アーティストカフェとしてのオリジナルスタイルの提案を実施。 外部展開による運営費拡充を模索。</p>	<p>●便益施設(カフェ)運営 ・特別メニュー開発(横浜消防出初式2024に合わせ「莓ティーの甘酒ラテ」、新メニュー「ソウノハナ焼き(こしあん)」) ・BENTO PROJECTはアンケート収集を中心に取り組んだ。【アンケート:P13】 ・象の鼻テラスの催事と連動し、特別メニューや時間外営業を実施。</p>		<p>●便益施設(カフェ)運営 ・アンケート収集の定期化、定例での振り返りを行い、日常的な利用者の要望の把握に活用できている。</p>
2	<p>象の鼻パークとの一体的活用により、利用者の利便性や象の鼻パーク全体のブランド力向上を目指す</p>	<p>公共空間の活用 □象の鼻パークとの一体的活用・ノウハウの蓄積 □象の鼻地区の魅力を上させる活動</p>	<p>FUTURESCAPE PROJECTにおいて、新しい活用の模索。 パークのテラス席の拡大、キッチンカー、マルシェについてFSP開催期間外での屋外展開の可能性を探る。</p>	<p>●FUTURESCAPE PROJECT ・ナイト・アウト・夜遊び-をテーマに実施。「ヨルノヨ」と連携を図り、夜の時間帯の賑わい創出に寄与した。 ・アートプログラムでは、高橋匡太さんによる「あいうえおはな」を、全国3つ公共施設の連携事業として実施。横浜市内の小中学校にも事前に参加協力を仰ぎ、約200のはなが象の鼻テラスの屋上を彩った。 ・大学参加プログラムには、過去最多の7大学・8組の研究室が参加(新規4組)。横浜市に計画段階から協力いただいた、新規参加校にアプローチするなど、新たに数校と関係性を築くことができた。 ・一般市民の表現のプラットフォームとして公募写真展「フューチャースケープ・フォトコンテスト」の2回目を実施し、デジタルデータでの募集を行った。 ・ヨルノヨ・アートプログラム<水の町プロムナード>と連携し、夜間音楽ライブを開催した。 【アンケート:P9】</p>	<p>●FUTURESCAPE PROJECT 年間を通して最大の来館者数を、FUTURESCAPE PROJECTの期間中である12月9日(土)に記録している。(9,416人) 大学参加プログラムの作品数が多く賑わいを見せ、またヨルノヨに関連して充実した音楽プログラムや、期間を超えての夜間解放延長ができるなど、横浜都心部での夜間の賑わい創出に寄与できたことは成果である。 例年に続き市民ボランティアの参加や、「あいうえおはな」作品への市内小中学校の事前参加、誰もが気軽に応募できるフォトコンテストへの参加など、当日の作品展示だけではなく、事業を通じた関係性や市民の創造力発揮の場としての構築が着実に進んでいる。</p>		

総評	<ul style="list-style-type: none"> 報告書にアンケートなどを通じた来場者の属性や声をデータとして積極的に盛り込んでいるので、経年変化が把握しやすくなって、マーケティングとしても有用であり評価できる。実際に好意的な意見が多いことを見る化できた。 一見すると同一事業を継続しているように見えるが、常に新しい考えや工夫を取り入れ、更新しているのであり、着実に前進していると評価できる。 横浜トリエンナーレや他の拠点との連携は創造都市の取組を顕在化、強化させるものであり評価できる。 拠点自体が次の世代の担い手を育てようとしている取組は、20年の実績、積み重ねが出てきているからこそと評価できる。 	<p>【市の取り組むべき事項】 国内の他都市に先駆けて創造都市政策を標榜して来年度で20年目を迎える節目に当たり、次の段階として市民や地域の創造力をさらに高める時期として、象の鼻テラスが市民により開かれた事業を展開する上で、伴走し、支援をしていくことが望まれる。</p>
----	---	---

これまでの総評	R4	<ul style="list-style-type: none"> 象の鼻テラスらしい質の高いプログラムを多数実施しており、非常に充実したコンテンツとなっていることは評価できる。 事業を行うことによって何が変化しどうい影響があったか、事業の成果を広く浸透させていくためにも、数値などの目標を共有し確認していく必要もある。
	R3	<ul style="list-style-type: none"> コロナ禍においてもこれだけの活動を行い、実績を積み上げたことは高く評価できる。 これまでの成果を次の担い手へ繋いでいくことにも重点を置いてほしい。育てたところが主体的に活動していけるような事例を増やし、持続可能な発展をしていくことが望まれる。 事業内容は充実しているので、市民のクオリティ・オブ・ライフをどのように高めたのかといった社会的インパクトの観点からの成果を見える化することも求められている。
	R2	<ul style="list-style-type: none"> コロナ禍においても、基本方針の達成に向けて様々な工夫の中で事業を進められてきたことは高く評価できる。 事業の選択と集中が進んだことで洗練されてきており、特に、市民参加型を中心とした事業は、象の鼻テラスらしい個性が明確になってきている。 体制や事業内容は充実してきているが、事業運営の方法等の工夫の余地はまだあるため、現状の手法にこだわらずにチャレンジしてほしい。
	R1	<ul style="list-style-type: none"> 国有地、港湾施設として制約が多い施設運営にもかかわらず、市民を対象とした質の高い多彩なプログラムを実施し定着させている。10年間に築き上げた実績は大きい。 これからの5年、10年を見据えたうえでフューチャースケープ・プロジェクトのような意欲的なプロジェクトを実施し、新たな可能性と方向性を見つけたことは評価できる。 アート・プログラムのターゲットがなかなか絞り込めないという難しさがある中で、市民に開かれたプログラムを着実に実施してきている。

令和5年度 事業評価シート

【基本情報】

拠点名称	初黄・日ノ出町文化芸術拠点	基本方針	◆安心・安全のまちづくりを最優先に位置づけ、以下の理念を基に文化芸術によるまちづくりを行う ①文化芸術の力で新しい価値観を産み出し、地区の活性化 ②NPO法人を中心に、地域、企業、行政、警察、ボランティア等を巻き込んだ新しいスタイルの事業運営 ③産業の振興や暮らしやすいまちづくりへの持続的な展開 ④大学、研究機関等との連携により、まちの活性化、地域再生のモデル地区として全国に発信する
運営期間	令和5年度		
運営団体	黄金町エリアマネジメントセンター		

【事業計画及び事業評価】

I 運営／経営評価			実施結果	評価	
評価軸				自己評価	委員会評価
1	全体事業収支	1 全体事業収支	[経常収益計] 79,181,787円 [経常費用計] 83,878,412円 [R5.12月末時点収支差額] ▲4,696,625円 [横浜市補助金比率] 61%	12月末の数字にとどまるが、中規模の展示(黄金町秋のバザール)を10月に開催したこともあり予算を概ね計画的に消化できている。尚、年度末から始まった黄金町バザールでも出費が重なるため、借入を実施してつなぎ資金を確保した。令和5年度については、補助金の減や規模の大きな展覧会を2回開催したことなどにより、赤字決算となる見込みである。	
		2 収入のうち、横浜市の補助金が占める比率			
2	事業収入	1 黄金町バザール・企画展・イベント等収入(チケット収入等)	[企画展]720,674円 [夏休み子どもバザール収益]144,000円 [秋のバザール収益]626,584円 [のささきアートフェア出店料]14,900円 [黄金町芸術学校受講料収益]106,420円 [高架下スタジオ利用料(短期利用)]639,280円 [その他物件家賃収益]17,957,073円 [ギャラリー等作品販売収益]738,172円 [視察料金]230,100円 [受託業務収益]2,990,532円 [企業協賛金]3,200,000円 [文化庁]5,250,000円 ※R5.12月末時点	有料入場の企画展示を行なったため、イベント等の収入は昨年度と比較すると増加していると言える。また、主に海外からのAIRの入居希望者および視察件数が増加しており、家賃収益及び視察料金による収入が上昇している。また、コロナ禍前まで継続していた民間のイベント等が復活したため受託業務収益も回復した。なお、文化庁のAIRに対する助成金など公的な収入は減額傾向にある。	
		2 黄金町芸術学校(受講料)			
		3 高架下スタジオ利用料			
		4 その他物件家賃収入			
		5 ギャラリー等販売手数料			
		6 その他(助成金、協賛金等)			
3	施設の維持管理状況	1 施設の利用状況(管理施設数、稼働状況)	[施設の利用状況] 125室(区画) [施設の利用状況] スタジオ/レジデンス/展示施設/集会施設/自営店舗/シェアキッチン/入居者共用施設(工房・キッチン)/倉庫/未整備/利用不可 [施設の改修状況] 展示スペースの改修1件/スタジオ兼レジデンススペースの改修2件/収納スペース(倉庫)の改修1件/事務所の屋根の改修1件	物件の老朽化に対応したリノベーションを主に行い、特に水廻りの問題で活用が難しかった一部物件の改修を進め貸出を行った。大規模な改修工事が必要な建物は少なくなってきたが、一方で老朽化した給湯器などの設備の交換や近隣の建物の取り壊しに伴い移動してきたネズミや害虫への対応件数が増加しており、こまめな確認や対応が求められる。また、地元企業の協力によりNPO独自で管理運営する新しいスタジオを増やすことができた。設備機器の更新や、経年劣化対応の補修工事が増えてきているため、自社施工可能な専門業者への直接発注により、経費の節減を図っている。	・事業の拡大と運営体制のバランスをどのように整理していくかが重要である。 ・広報については、今までは「黄金町の取組」ということ自体に一定の発信力があつたが、今後は事業の方向性を明確にした上での戦略が求められる。
		2 施設の管理状況			
		3 施設の修繕・改善状況			
		4 安全対策・危機管理体制			
4	運営体制・労務管理	1 スタッフの配置状況(役割・人数)・勤務体制・待遇	[事務局スタッフの配置状況] 事務局長・事務局次長 各1名 総務経理 常勤1名 非常勤1名 マネージャー 常勤1名 アートプロジェクト(AP) 常勤3名、委託2名、非常勤1名 エリアマネジメント 常勤1名、委託1名 店舗等運営 非常勤6名	中国、韓国、フィリピン出身のフタツフを常勤職員として雇用し、事務局職員の多国籍化を進め、海外アーティストの対応や海外協力団体との交渉をスムーズに行えるようになった。また若手スタッフも業務に慣れてきており、次世代への仕事の移行は順調に進んでいる。	
		2 スタッフのスキルアップ、モチベーションアップ、ワークライフバランスのための取組			
5	広報・発信	1 地域再生のモデル地区としての発信	黄金町まちづくりニュースの発行(6,9,12,3月)各3,500部(3月号は3,000部、協議会事務局として) 事業ごとのポスター、チラシの作成、SNSでの発信 TV番組や新聞の取材対応 シンポジウムやアーティストインタビュー、トークイベント等のアーカイブ映像のYouTube配信	初黄・日ノ出町環境浄化推進協議会が発足して20周年となるため、まちづくりニュースで記念号を発行した。その誌面に掲載するコメントを依頼していく中で地域住民やアーティストと積極的なコミュニケーションをとる機会が多数あった。式典当日の様子は神奈川新聞、東京新聞、タウンニュース、TVK、J-COMなどの各種媒体で報道された。また、読売新聞では「青線」からアートへ」として5回の連載記事が掲載された。また、黄金町バザール2024の開催に伴い、各メディアからの取材・掲載依頼が増加。特に視聴率の高いNHK総合の朝の情報番組に2回取り上げられたことは、黄金町の取り組みの周知につながった。その他、若手スタッフによってSNS発信が充実し始めてきたが、英語やその他言語による情報発信はまだ不十分な状態である。またAIRアーティストの滞在履歴がある程度整理されたので、それらのアーティストのその後の活動状況の整理と発信をこれから進めていく。	
		2 各事業の効果的な広報活動・情報発信			
		3 創造都市横浜のPRにつながる広報活動・情報発信			
		4 事業のアーカイブの作成、発信(AIRアーティストのその後の活動状況の見える化を含む)			

II 創造性/政策達成評価		評価の着眼点		事業計画(要旨)	実施結果	評価	
評価軸						自己評価	委員会評価
1	文化芸術の力で新しい価値観を生み出す	1	アーティストへの滞在・制作・発表の場の提供 アーティスト支援の充実が図れているか 他のAIR事業との差別化が図れているか	AIR事業 長期・短期レジデンス/共用施設の運用/ 中間面談/アーティストミーティング/作品展示・ 販売協力/勉強会実施/広報協力 <目標>入居者数(長期)50組(短期)20組、施設整備数8件	[長期レジデンスアーティスト数]延べ40組43名(内、海外9名) [短期レジデンスアーティスト数]延べ17組20名(内、海外16名) [竹内化成スタジオ利用者]4名 [施設整備数]4件 [アーティスト支援] アーティスト連絡会議(月1回)/個展の企画運営/ギャラリーでの作品やグッズの販売協力/アーティスト同士のプレゼンテーションや交流の場として「ON AIR」の実施(月1回) アーティストの自主企画支援7件 共有工房の整備・運営	<p>国内外、特に海外からのAIR入居希望は増加傾向にあるが、今年度に入って横浜市による借上げ物件の一部が返還され利用可能な施設が減少した。また、長期レジデンスの最長5年間の期限を迎えるアーティストが十数組いるが、その多くが引き続き黄金町エリアを活動拠点とすることを希望している。それらに対応するために施設の整備とNPO独自の施設づくりを進め、新たにシェアスタジオを開設することとなった。すでに数名の新規入居者や入居予定者を獲得している。</p> <p>国際交流は東南アジアも含め拡大傾向にある。中国、韓国は複数の拠点と交流をおこなっており、今後も拡大していく可能性がある。また、過去に滞在していた海外アーティストが黄金町を再訪する機会が増えている。また、アーティスト同士の交流も活発になっており、自身のスタジオを交流スペースとして開放しているアーティストのもとで、様々な国のアーティストと日本人アーティストが交流し刺激を受けている様子をよく見かける。尚、アーティストの派遣や受け入れは増加の傾向にあるが、コロナ禍以前に年数回はあった現地リサーチや交流のために若手スタッフが渡航する機会はまだまだ少ない。</p> <p>昨年度から始めた地方都市のアーティストの紹介を東北地方に拡大し、海外、黄金町、地方都市のアーティストの強みを合わせた「黄金町秋のバザール」を開催した。その他、AIRアーティストを紹介するグループ展を複数回開催した。これらの事業実施にあたってアーティストや経験の浅いスタッフが展覧会準備や設営に関する実務に携わる機会を生み出し、黄金町バザールの開催に向けたよい経験の場となった。また、昨年度に黄金町で個展を行なったAIRアーティストが他のギャラリーの目に留まり、今年度にそこでの個展開催と作品販売につながった。</p> <p>夏休み子どもバザールでは、AIRアーティストのほか、横浜市立大学や関東学院大学など教育機関との連携により、多彩な講座を実施することができた。子ども向け講座のほか、子どもがワークショップに参加している間に保護者も楽しめる講座を用意し、様々な世代が楽しめるプログラムとなるよう工夫を行なった。尚、参加者が多数集まる講座と申込が来ない講座の差も大きく、広報不足の他にも講座内容の精査やブラッシュアップを次年度は検討する必要がある。</p> <p>黄金町芸術学校は一定のリピーターを保持している安定的な講座がある一方で、新規の講座開設数に伸び悩んでいる。参加者アンケートや地域住民からの初歩的な技術や基礎的な知識を学びたいという要望と、アーティストが考える内容にギャップがあるようでその差を埋める呼びかけを行なっている。</p> <p>作品、グッズの販売は順調で、ギャラリーにおける作品販売額は上昇している。新しく入ったショップスタッフたちも業務に慣れてきたので、オンラインショップの再開を視野に入れていきたい。</p>	<p>【AIR事業】 ・他の拠点でのAIR事業との差別化ができて いるか。黄金町だからこ そでできることを明確化 していくべきである。</p> <p>・海外からの需要は、 アーティストからの評価 が高い証拠であり、そ の意味で目標通りの成 果が出てきている。一 方で、市の補助事業と してどこまで行うかは、 戦略的な視点が必要で ある。</p> <p>・アーティストの支援期 間を延長することにつ いては、AIR事業のあり 方を踏まえた検討が必 要である。</p>
		2	国際的なネットワークの強化	国際交流事業 レジデンス交換プログラム/海外展示/東 アジア文化都市交流/海外アート紹介 /海外向け情報発信 <目標>交流団体5団体	【交流団体】11団体 [レジデンス交換プログラム] 成都(中国)、新竹(台湾、2団体)、光州(韓国)の協力団体と互いにアーティストを派遣し合い、現地で滞在制作及び成果展示を行なった。清州(韓国)とは相互派遣を見据えつつ、本年度は先方の招待により黄金町AIRアーティストの派遣をおこなった。 [アーティスト受け入れ] ラウニオン州(フィリピン)、シンガポール、バンドン(インドネシア)、スペイン・バスク地方の4都市の協力団体が推薦するアーティストを受け入れた。 [調整、助言] ・釜山(韓国)とアーティスト派遣等の交流事業について調整を進めている。 ・泉州市より招待を受け、現地視察やアートセンター設立に対する助言などをおこなった。		
		3	年間を通した賑わいづくり 日常的にアートに触れる 機会の創出	展覧会・イベント 黄金町春のバザール(企画展示、商店 会連携企画など)/黄金町夏休み子 どもバザール(ワークショップ、発表展 示)/黄金町秋のバザール(国際AIR、 イベント等)/黄金町冬のバザール(企 画展示、イベント等) <目標>年間7企画 <目標>来場者数10,000人 黄金町芸術学校 <目標>講座数10講座、受講者数 100人	【企画数】10件 【来場者数】延べ10,122名(6,893名+KB 3,229名) 春 展覧会 2件 夏 展覧会 4件 ワークショップ1件(全27プログラム) 秋 展覧会 1件(黄金町秋のバザール、関連イベント9企画) 冬 展覧会 3件(黄金町バザール、関連イベント) 【講座開催回数】通常講座:5講座(計105回) 特別プログラム2回 【延べ参加人数】通常講座:347名 特別プログラム21名 【講座例】陶芸/編み物/美術講義/ビデオアート史		
		4	販路拡大	made in Koganecho 商店での作品展示/ミッションワーク/パ ブリックアート企画制作/ウィンドウガ ラリー整備/ オンラインショップ 運営	[実施内容] ・黄金町アートブックバザール、gallery made in Koganechoでのグッズ・ 作品販売 ・ウィンドウギャラリープロジェクト ・京急不動産の新築マンション・エントランスへアーティストによる作品提案、設 置		

2	地域、企業、大学、警察、行政、ボランティア等と連携した事業運営	1	地域団体、周辺施設等と連携した事業を実施できているか	<p>のきさきアートフェア <目標>開催回数4回</p> <p>黄金キッチン、日ノ出スタジオ運用</p> <p>企業連携の取組、企業協賛の獲得</p> <p>ステップ・スリー</p> <p>バザールサポーター</p>	<p>[開催回数]4回(5日間、2023年7月30日(日)、10月14日(土)、15日(日)、12月3日(日)、3月31日(日)) [来場者数] 延べ4,239名</p> <p>[日ノ出スタジオ] ・黄金町アートブックバザール、gallery made in Koganechoの運営 ・カフェの営業(貸出) [黄金スタジオ] ・シェアキッチンの運営(総事業者数4者) ・アーティストカフェの企画(4月の土日)</p> <p>・京急高架下ロックカクでのイベント開催 ・横浜急行電鉄からの秋のバザールに対する協賛獲得 ・上大岡京急百貨店での展示、ワークショップ開催 ・お台場の海の灯まつり ・市内大学や高校の学生・生徒との連携による企画実施</p> <p>旧事務所スペースを地域との交流拠点として運営 ・横浜市立大学学生による活動 ・地域の方々とアーティストの交流拠点 ・アーティストによる子供向けWSの会場 ・協議会部会の打合せ会場 ・自主企画による地域住民主宰のトークイベント開催(12回) ・地域にゆかりのある美術家の展覧会(3件)</p> <p>・7月のきさきアートフェアでの缶バッジ制作WS ・シンポジウム後の交流会でのおもてなし料理の振る舞い ・海外アーティストへの茶道体験開催 ・黄金町バザール2024オープニングレセプションでのお茶提供 ・安部泰輔制作サポート ・イベント等レポート記事作成(Facebook、Instagram)</p>	<p>12月以外を地域商店会による「はつこひ市場」と同時開催で「のきさきアートフェア」を開催した。天候に左右される事も多いが、雨天でも数百名が来場するイベントとなっている。出店者もAIRアーティストだけでなく、常連の一般募集のクリエイターが数組いる。来場者数などが徐々にコロナ前に戻りつつあり、定番のイベントとして定着しつつあるように感じる。</p> <p>日ノ出スタジオの古本屋を毎日、ギャラリーを週6日で営業し、来街者が立ち寄れるスペースとして運営している。また、その中間に位置する貸出営業のカフェでは、そのスタッフがAIRアーティストと共同して店内でイベントを行うなど、積極的な交流が生まれている。 黄金スタジオのキッチンは、水木金曜日の3者とも常連客がついているようで安定的な営業と見受けられる。3月から新たに月曜日の利用が始まった。また、土日は不定期ではあるが、自主企画や貸し出しにより活用を図った。</p> <p>2018年まで継続していたお台場海浜公園での海の日の灯明(ペーパーランプによる地上絵制作)が再開した。その他にも企業から次年度に向けた事業に関する相談がきており、今後も民間との協力関係を強化したい。</p> <p>ステップ・スリーはこれまで接する機会がなかった地域住民との新しい出会いの場やサポーターの窓口として有意義に活用されている。地域にゆかりのある作家を発掘し展覧会を実施し、黄金町バザール2024での展示へとつながった。9月からは「おしゃべりテーブル」と題して、様々なテーマについて誰でも参加できる集いを12回開催し、これまでとは異なる層の住民の参加があった。次年度以降も継続していく。</p> <p>秋のバザール期間中には、パスポートチケットに初黄日商店会加盟店舗で使用できるクーポン券を添付し、店舗でのPR等の協力も得て、連携を図った。</p> <p>黄金町バザールサポーターはコロナ禍で活動が縮小していたが、本年度より少しずつ活動を再開し始めた。のきさきアートフェアに合わせて一般来場者が参加できるワークショップを企画したり、海外からのゲストアーティストに対して茶道体験や母国の料理を振る舞うなどのおもてなしを行った。また、黄金町バザール2024参加アーティスト安部泰輔の制作サポートを実施した。</p>	<p>【黄金町バザール】 ・バザールが賑わいを生み出し、それがまちの価値を高め、新たな開発につながっているなど、アートだけでなく、まちづくりの部分で貢献していると評価できる。</p>
3	産業の振興や暮らしやすいまちづくりへの持続的な展開	1	地域を活性化させるエリアマネジメントが行えているか	<p>エリアマネジメント検討 関係者との継続的な協議のための枠組みづくり 地域住民の主体的な参加</p> <p>はつこひ市場開催支援</p> <p>地域活動支援 大岡川水上劇場、運河パレード等の地域イベント支援/黄金町BASE支援/東小放課後キッズとの連携</p> <p>初黄・日ノ出町環境浄化推進協議会事務局運営 定例会運営/まちのルールづくり/防犯パトロール/</p>	<p>・はつこひトークを実施 3月10日(日)14~17時 高架下スタジオSite-D 参加者 45名</p> <p>[開催回数]3回(4日間、2023年7月30日(日)、10月14日(土)・15日(日)、2024年3月31日(日))</p> <p>・防災炊き出し訓練 ・黄金町BASE支援(かいだん広場活用)</p> <p>・協議会役員会、定例会を隔月で開催 ・協議会発足20周年記念事業の開催 ・広報イベント部会 まちづくりニュースの発行 ・浄化推進部会 防犯パトロール、炊き出し訓練 ・地域商業推進部会 はつこひ市場開催、PR誌「はつこひさんぽ」発行</p>	<p>まちづくりニュースの取材をきっかけに、初黄・日ノ出町環境浄化推進協議会役員の子世代の若者たちとも交流する機会が少しずつ増えている。3月に地域に関わりのある20代6名が登壇し、まちづくりについて語り合うトークイベントを実施し、多くの参加者を得た。次年度も継続実施予定。 まちづくりニュース、ステップ・スリー、はつこひトークなどが連関して新たな関係が生まれてきている。</p> <p>初黄日商店会による「はつこひ市場」がコロナ禍以前に近い形で開催されるようになった。天候に恵まれた日は行列ができるほどの人出が見られる。</p> <p>前年度より協議会の事務局運営の一部を外部に委託し、NPO内で協議会の業務に関わるスタッフの人数と業務量を削減した。それによりアート系を始めとするNPOの事業に集中的に取り組めるようになってきたように思う。</p> <p>協議会の発足から20周年となるため、記念式典を執り行った。活動初期に関わっていた方々に貴重なお話を伺うなど、充実した会となった。</p>	<p>・若いスタッフが地域と顔が繋がっていることは重要なことであり、交流が生まれていることは評価できる。</p> <p>・防災・防犯は守りのまちづくりだが、若い人を巻き込むには攻めの要素が必要。報酬を伴うアイデア募集などの企画を行っても良い。</p>

<p>総評</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・アウトプットの数値だけではなく、定性的な成果を示してほしい。 ・これまで総評で指摘されていた課題があまり反映されていない印象がある。 ・NPOが組織として今後の方向性の議論・整理を行い、スタッフ間で共有する必要がある。 	<p>【市の取り組むべき事項】 創造都市施策による地域再生のモデル地区として、黄金町がどのようなモデルとなったのか、今後どのような事業展開を目指すのか、目標設定も含めて検討する必要がある。</p>
-----------	--	--

<p>これまでの総評</p>	<p>R4</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・各々の事業の充実は評価されるものだが、各事業の実施がそれぞれ独立した事象に映り、相互の結びつきが見えない。 ・従前からの指摘である、事業の幅広い整理が必要である。 ・ディレクターの世代交代は大変なことだと思うが、持続可能な体制のために重要な視点であり、実現に向けしっかり取り組んでほしい。
	<p>R3</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・体制に見合った事業の選択と集中が必要。初黄・日ノ出町エリアで行う必然性や差別化等の視点で精査すべき。 ・アーティストの受賞歴など、後年の活躍について可視化し、黄金町のAIRにおいてアーティストを育成してきた実績をよりアピールすべきである。AIRアーティストが黄金町を経験したから成長できたことをデータ化してほしい。
	<p>R2</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・新型コロナウイルス感染症による社会情勢の変化により、様々な影響を受ける中で、リモートでの実施やオンライン販売など、様々な工夫・努力により事業を進めてきたことは評価したい。 ・一定の成果が上がる中で、次の10年間をどのようにやっていくのか、方向性を地域の施策として定めていく必要がある。 ・その際に、これまで絡めてこなかったテーマ(ex.食文化など)を新たな基軸として打ち出すことも検討してほしい。
	<p>R1</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・これまでの着実な事業の実施により生み出した成果は高く評価できる。地元企業等との連携については、さらなる発展が期待できる。今後は、周辺地域との連携も意識し、パートナーを広げていけると良い。 ・アーティストレジデンス事業は、日常の表現を支えるものと、バザールなどイベント系のもとのバランスよく実施できており、黄金町の特色を出せている。これまで培った海外とのネットワークを途切れさせることのないよう、オンライン等への展開など、柔軟な対応が望まれる。 ・黄金町の取組は世界的にみてもモデルケースになり得るので、しっかりと取組をアーカイブして発信すること、次の取組に生かしていくことを期待する。
	<p>H30</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・これまで10年以上、着実に取組を続けてきたことで、収益面以外の成果(文化の耕し)が出ている。 ・レジデンスアーティストの海外での展示機会が増えているほか、卒業時には周辺物件を紹介する等、積極的な一貫した支援ができています。実際に周辺に残るアーティストが増加傾向にあることは高く評価できる。 ・多岐に渡る業務をこなしているが、マンパワーに見合った事業計画か、成果が出ているか、収支のバランスがとれているか、事業ごとに適宜振り返り、改善・整理していけると良い。

令和5年度 事業評価シート

【基本情報】

拠点名称	文化芸術創造発信拠点 (BankART1929)	基本方針	(1) 地域及び周辺施設と連携しながら、新しい横浜文化を創造し、発信していくこと (2) 他都市及び国際的なネットワークの構築 (3) さらなるBankARTの経済的な基盤の確立 (4) 創造界隈クリエイターたちの誘致及びその経済的な構造の土俵づくり
運営期間	平成30年度～令和6年度 (6年目/7年間)		
運営団体	特定非営利活動法人 BankART1929		

【事業計画及び事業評価】

I 運営/経営評価		実施結果	評価	
評価軸			自己評価	委員会評価
1 経済的な基盤の確立	1 全体事業収支	全体収支は1.2億程度の予定。横浜市の補助金は前年度から6%、417万6600円減額され、約6540万なので、横浜市の補助金率はほぼ50%。コーディネート事業が減り自己収入は減ったが、助成金を大きく獲得することができた。[みなとみらいトラスト600万円、ヨコハマポートサイドトラスト500万円、芸術文化振興基金200万円、神奈川県90万円]周辺企業ともコーディネートとして関わる案件が増えてきた。[三井不動産(北仲歴史広場での展示×2回)110万、横濱ゲートタワー(スタートギャラリーの展示コーディネート、アートテーブルトークショー+ツアー共催)57.5万]	昨年同様市補助金以外の補助金、助成金が複数取れたことと、周辺企業との連携(三井不動産、横濱ゲートタワー)なども昨年以上に協力して行うことができた。コーディネート事業収入は、今回は横トリのため、通常一番オファーの多い3月に、受け入れることができないので、数字を伸ばすことは難しかった。	
	2 収入のうち、横浜市の補助金が占める比率			
	3 横浜市の補助金以外の収入(助成金、協賛金、貸館収入等)の内訳と比率			
2 施設の維持管理状況	1 施設の管理状況	●BankART KAIKO ・空調、消防設備は三井不動産によって管理、清掃されているので問題なし。ただし、外部との隣接ドアが強風で鍵が壊れてしまっているのを報告しているが、対応はまだされていない。 ●BankART Station ・雨漏り、空調などは前年度と変化なし。空調などは自分たちで定期的に清掃し、コスト削減をしている。 ●安全対策、その他(両館共通) 防犯カメラの設置、施設内外での活動をカバーできる損害賠償保険への加入は継続して行っている。	カイコ、ステーションそれぞれ違った空間(空間の雰囲気、自由度、音などの制約、搬入手段)があることで、オファーもそれぞれにあった場所に対応できることは、改めて2施設もつことのメリットを感じる。ステーションは新たな音楽施設ができたことにより、駅の利用者も格段に増えたが、目的の中間地点にあるだけで、施設利用にはつながっていない。	2つの施設があることは、一長一短があり、それを使いこなしていくのは難しい。小さな自主事業の増加などで相当忙しい一年であったとのこと。職員のワークライフバランス、健康管理の視点は必要で、余裕ある体制づくりは課題である。
	2 施設の修繕・改善状況			
	3 安全対策			
3 運営体制・労務管理	1 スタッフの配置状況(役割・人数)・勤務体制・待遇	代表:細洲太麻紀 副代表:秋元康幸 = 委託・常勤 プロジェクトマネージャー: 津澤 峻(総務、施工、管理) 高橋紀子(広報、経理、管理) 大蔭直子(外交渉サポート) = 委託・非常勤 グリフィス・キオ(英訳、作家補助、映像編集) = 委託・非常勤 アルバイトスタッフ15名(主にアーティスト系。受付、作品制作補助、施工など) 外部スタッフ:写真、デザイン、ウェブ、税務、労務、キュレーター	「休養と回復」では外部キュレーターに登場をお願いしたが、それ以外は基本自前である。スタッフが持病で入院したり休んだりする中、外部スタッフやアルバイトの頑張りでどうにか切り抜けたが、残った常勤スタッフに大幅な負荷があるのは否めない。横トリの年度またぎの件もあり、予定外に仕事量が増えているため、スタッフによってはライフワークバランスを保てていないのが実情である。	近くに新たな音楽施設ができ、人通りは増えても通り過ぎるだけということだが、目的が違うのでそれは仕方がない。ただ「ここで横浜市の事業としてBankARTが現代アートを扱っている」ということが伝わるだけでもシビックプライドを醸成する意味があるので、PRにつながるようなことに取り組んでもらいたい。
	2 スタッフのスキルアップ、モチベーションアップ、ワークライフバランスのための取組			
4 広報・発信	1 先駆的な創造活動の国内外に向けた発信強化	メールニュース配信 2万アドレス Instagram、Facebook、TwitterなどのSNSでの発信の強化 新たなウェブの広報媒体のリサーチと情報提供、ウェブサイト更新に向けての作業 Under35のカタログ刊行、スタッフによりパフォーマンス、トークイベントなどは積極的に記録。編集も随時行なっている。今後のアーカイブなどで発信できるよう計画。	メールニュースは相変わらず、来館者や名刺交換をした人々に安定的に情報配信をしている。加えてInstagram、Facebook、TwitterなどのSNSでの発信を強化することにより、こまめな情報発信を実施。展覧会の動画を作成するなどして、より届くように工夫している。昨年ストップしていたブログを構築し直し、広告が出ないようリニューアルした。今後定期的に発信していく。昨年も述べたように既存の情報メディアにも変化が現れている昨今、情報の流れ方があきらかに変わっているのわかる。ウェブもそのことを踏まえ2024年にリニューアル。広報もLife7ではアルバイトに入っている若い子たちも広報チームに入れ、情報発信の方法を模索、実践していく。	
	2 各事業の効果的な広報活動・情報発信			
	3 創造都市横浜のPRにつながる広報活動・情報発信			
	4 事業のアーカイブの作成、発信(出版物、映像資料等)			

II 創造性／政策達成評価		評価の着眼点		事業計画(要旨)		実施結果		評価	
評価軸								自己評価	
								委員会評価	
1	地域及び周辺施設と連携しながら、新しい横浜文化を創造し、発信していくこと	1	アーティスト・クリエイターの育成支援や横浜への定住・定着を促すことを主な目的とした短期滞在型アーティスト・インレジデンス事業	<input type="checkbox"/> スタジオ事業 ・AIRの開催(オープンスタジオの開催) <input type="checkbox"/> 横浜台北交流事業 ・台北との交換AIRの実施	<input type="checkbox"/> スタジオ事業 ・20組、2ヶ月半の開催 <input type="checkbox"/> 横浜台北交流事業 ・ナカバヤシアリサ氏が台北THAVに、ウー・チェンイー氏がBankART Stationにて活動。それぞれ3ヶ月滞在、チェンイー氏は、最後にBankART Life7に合わせて成果作品を発表。	<p>通常のスタジオ事業、台北交流事業ともに開催できた。みなとみらい地区では、トラストの助成をうけて「パブリックアートテーブル」を実施。それぞれの場所のイベントにあわせて6箇所で開催し、みなとみらい以外へも出張した。特に横濱ゲートタワーは去年に引き続きとても協力的で、今回はトークとツアーを共催してくれた。さらにスタートギャラリーのコーディネートを任されるなど、具体的に発展している。また昨年からのこの事業で培った関係性を活かして横トリ連携「BankART Life7」の外部展開として、周辺のいくつかの場所に作品を置かせていただくなど、実際の成果に確実につながっている。来年度以降も継続して、関係構築、事業協働をおこなっていききたい。神奈川区のヨコハマポートサイド地区では、食をテーマにした展覧会を実現した。通常、街中での展示では、各施設にボランティアや監視スタッフを配置することが多いが、今回は店舗の中での展示ということもあり、従業員の方が積極的に作品を見に来る人に話しかけ、コミュニケーションをとってくださったのは、今後の街中展開の可能性を感じた。こちら「BankART Life7」で引き続き展開していく。ワークショップも好評で、街づくり協議会主導で秋に別途予算をとり、来年度も開催することになった。スクールや、コーディネート事業、Pop-up Storeなど、多様な人々が多様な形で参加できるプログラムを増やしてきている。他の創造界隈拠点とは20周年にむけて、今まで以上に定期的に意見交換しており、トリエンナーレに向けての事業も着実に計画を進めている。古巣の関内地区での展開が少なくなってきたので、もう少し展開していきたい。また「市民スタッフ」のような多様な事業への参加機会を構築したいと思っており、「BankART Life7」のツアーや広報などで少しづつ実現していきたい。</p>	<p>地域との関係は非常によくやっていると思うが、一方で、関内に比べてみなとみらいに比重が多いように見える。</p> <p>実験的に行ったという入場無料の企画については、参加者は多かったが収入にはつながらなかったということだが、「横浜市の事業としてBankARTが現代アートを扱っている」というPRにはつながっており、意義は大きいといえる。</p>		
		2	横浜で活動するアーティスト・クリエイターや企業・事業者・市民等と連携した街の活性化に寄与する事業	<input type="checkbox"/> みなとみらい21地区全域にまたがるプログラム(キング軸アートテーブル、食と現代美術) <input type="checkbox"/> インディーズ202X(18区展開) <input type="checkbox"/> スクール事業 <input type="checkbox"/> カフェ・ショップ事業 ・カフェ:他事業との連携 ・ショップ:多様な販売形態	<input type="checkbox"/> みなとみらい21地区全域にまたがるプログラム ・パブリックアートテーブル(公募審査、複数箇所公開、ゲートタワーでの展示)みなとみらい21トラスト事業 <input type="checkbox"/> 周辺企業との連携 ・三井不動産(北仲歴史広場での展示×2回)、横濱ゲートタワー(スタートギャラリーの展示コーディネート、アートテーブルトークショー+ツアー共催)、神奈川公園雨水幹線工事の仮囲いアートコーディネート <input type="checkbox"/> インディーズ202X(18区展開) ・神奈川区の街づくり協議会からのオファーで「食とアートと人と街」を開催→その後 横トリ連携「BankART Life7」でも街中に作品を展示。 <input type="checkbox"/> スクール事業 ・2期[4-6月、9-11月]で計9講座を開講。 <input type="checkbox"/> カフェ・ショップ事業 ・カフェ:親しみのある空間構築、他事業との連携 ・ショップ:通販システム、ポップアップストア <input type="checkbox"/> 他事業、イベントとの協働 ・Tokyo Gendai、横浜トリエンナーレ <input type="checkbox"/> その他 ・「BankART Studio Theater」および「BankART KAIKO Pop-up Store」の開催、横浜クリエイティブCOOPの開催(周辺アーティスト、クリエイター、企業との共同)				
		3	本事業の成果発信及び最先端の文化芸術に市民が触れる機会の提供等を目的とした様々なプログラム	<input type="checkbox"/> 主催企画展 ・Under35/Over35の開催 ・BankART Life 7(ヨコトリとの連携事業) <input type="checkbox"/> コーディネート事業 ・YPAM、卒展、企業展など <input type="checkbox"/> スクール事業 ・年間16講座開催 ・オンライン、アーカイブ公開の本格的な推進 <input type="checkbox"/> コンテンツ事業 ・各企画展のカタログ発行 ・オリジナルコンテンツ書籍発行	<input type="checkbox"/> 主催企画展 ・Uuder35 3組、初めてOver35 2組 ・ポップアップストア(KAIKO)とシアター(Station) ・休養と回復、松本秋則+倫子展、北島敬三展、食と現代美術9、食とアートと人と街@ポートサイド、パブリックアートテーブル、BankART Life7 ほか。 <input type="checkbox"/> コーディネート事業 ・YPAM、卒展、浅井裕介公開制作など <input type="checkbox"/> スクール事業 ・年間9講座開催 ・アーカイブ公開(受講生に対して実験的に) <input type="checkbox"/> コンテンツ事業 ・U35+O35カタログ5種、 横浜パブリックアート大全(編集中、2024.5月発行予定)				
2	他都市及び国際的なネットワークの構築	1	<input type="checkbox"/> 主催事業 <input type="checkbox"/> 横浜台北交流事業 <input type="checkbox"/> その他	<input type="checkbox"/> 台北市との芸術家相互派遣プログラム ・台北との交換AIRの実施 <input type="checkbox"/> その他 ・続・朝鮮通信使 ・視察、講演、共同事業やコーディネート事業の受入れ	<input type="checkbox"/> 台北市との芸術家相互派遣プログラム ・台北との交換AIRの実施 <input type="checkbox"/> その他 ・Tokyo Gendaiとの連携 ・海外からの視察対応 ・続・朝鮮通信使 日韓大学生へのレクチャー ・全国街並みゼミ小樽大会への参加、登壇 <input type="checkbox"/> スクール ・「他都市からみたヨコハマVol.1」の開催	<input type="checkbox"/> コロナ禍で途絶えていたさまざまな交流、継続のものも新規のものも増えてきた。新しい試みとして、スクールでは、横浜でキャリアを積み他都市で活躍する若い芸術文化関係者をゲストに呼んで、横浜のこれまでの20年の蓄積を可視化するとともに、他都市の最新情報を得ることができた。	<p>国内外交流については、街なかでアートを発信できる機会として横浜トリエンナーレと積極的に連携して欲しい。</p>		
3	創造界隈クリエイターたちの誘致及びその経済的な構造の土俵づくり	1	<input type="checkbox"/> 主催事業・スタジオ事業 ・Under35/Over35の開催 ・AIRの開催(オープンスタジオの開催) ・BankART Station Theatre の開催 ・BankART KAIKO Pop-up Store の開催 <input type="checkbox"/> コンテンツ事業 ・Under35/Over35 作家のカタログ制作 <input type="checkbox"/> その他 ・AIR参加アーティストの周辺への誘致	<input type="checkbox"/> 主催事業・スタジオ事業 ・Unde35の開催 ・AIRの開催(オープンスタジオの開催) <input type="checkbox"/> コンテンツ事業 ・Under35 作家のカタログ制作サポート <input type="checkbox"/> その他 ・キング軸・アートテーブルの開催 ・BankART KAIKO Pop-up Storeの開催 ・BankART Station Theatreの開催 ・横浜クリエイティブCOOPの開催	<p>Under35、スタジオ事業などの定番事業に加え、みなとみらい周辺での取り組み「パブリックアートテーブル」や、「BankART KAIKO Pop-up Store」「BankART Station Theatre」などの事業でも継続して、クリエイター、アーティストを紹介できる機会をもうけることができた。また、作品販売機会の提供や、さまざまな収入の方法を試みるなど、アーティストたちと共に経済的な基盤形成の方法を模索している。</p>	<p>若手育成という意味で、スタジオ事業は横浜市にとって重要な部分であり、収入源につながるような視点の取組も求めたい。</p>			

<p>総評</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・事業環境の様々な変化に負けず、うまくリカバリーをして乗り切っていると感じる。 ・参加者やアーティスト等がどのように自分たちの活動を見て、どのように評価しているのか、第三者の客観的意見・データが重要 ・まちに広がるという要素は全市的に求められているので、効果的にやっていくことが大切 	<p>【市の取り組むべき事項】 BankARTの活動と、文化芸術創造発信拠点というテーマとの関係や課題については今後議論が必要である。</p>
-----------	---	---

<p>これまでの総評</p>	<p>R4</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・新しい体制の中で、元に戻る発想ではなく、次の時代を見据えた発想で事業を検討し取り組んでいることは評価できる。この2年間でBankARTのポジションとキーコンセプトを見極め、BankARTらしい創造活動をもう一回作り上げてほしい。 ・これからの時代にあわせてどのような視点で活動していくのか。取捨選択をしっかりと柱を立てた上でさらに横の連携も図って行って、どのようにポジショニングを再構築していくか。未来志向で新機軸を打ち出してほしい。
	<p>R3</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・前年度に引き続きコロナの影響を受ける中、事業が実施できなくても継続性を保つような「耐える力」を発揮することで、集積したアーティストを引き続き支えることができている。 ・道路の使い方や企業とのつながりなど、まちを開いていくためのチャレンジをプロセスを踏んで行ってきたことも評価できる。 ・BankART全体の運営を体制変更に伴い再構築していく中で、基本方針とのすり合わせが必要。
	<p>R2</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・コロナ禍や施設再編など大きな変化があった中、一部実施できなかった事業もあるが、助成金の積極的な獲得や鉄道事業者との連携による駅舎の活用、海外からのリモートによる作品制作など、多様な取組やチャレンジにより多くの事業を実現できたことは評価できる。 ・みなとみらいの企業等との交流の足掛かりはできているので、キング軸形成のサポートや増加するアミューズメント・ミュージアム機能のつなぎ役を担うことも期待したい。 ・コロナ禍でデジタルシフトが促進されたことに鑑み、オンラインの活用にも力を入れ、リアルとオンラインの併用により、市民への情報発信や新たなファン層の獲得につなげていくことを期待する。
	<p>R1</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・分散型施設の本格的な運営初年度かつ、コロナも重なり非常に厳しい条件の中、施設の再編成に着手するなど、今後の安定した運営に向けた取組に尽力されている点が評価できる。 ・stationにおいて、鉄道会社、駅舎との協調や道路使用上での工夫がみられるほか、みなとみらいに立地する企業や学校との連携が着実にできており、様々な可能性を広げている点が高く評価できる。 ・客観的に推移・経年変化を把握できるよう、事業の内容や経費などをデータで蓄積し、今後の運営に生かすことを期待する。 ・リスクマネジメントの観点から、不慮の事態に備えた体制づくり、人材育成を進めていくことを期待する。
	<p>H30</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・新しい拠点となって1年目であったが、移行期をうまく乗り越えた。新旧の街に分散して拠点を持つことになったことに対し、ソフト的な意味でのネットワークから各施設をどのように活用していくかまで、新しい可能性を含めて見えてきたことは評価できる。 ・Stationは横浜高速鉄道や道路局との調整の結果、よいスペースを作り上げることができた。事業についても、集客数が大きく落ちることはなかった。各拠点の特徴を生かした今後の展開に期待が持てる。 ・工事費・整備費等で予想外の支出があったものの、収支を合わせられたことは評価できる。

令和5年度 事業評価シート

【基本情報】

拠点名称	急な坂スタジオ	基本方針	①アーティストが作品を「つくる」支援と、その体制を「ととのえる」支援【サポートアーティスト制度の拡充】 ②次代を担う人材(アーティスト・観客双方)が出逢う場所【学びと交流を目的とした事業展開】 ③誰もが安心して使える稽古場【状況に応じて柔軟な利用を可能にすると同時に安定した稽古場経営の徹底】 ④新しいディレクターの育成【アーティストを支える人材の世代交代による、10年先を見通す新体制の確立】
運営期間	令和4年度～令和8年度(2年目/5年間)		
運営団体	特定非営利活動法人アートプラットフォーム		

【事業計画及び事業評価】

I 運営/経営評価		実施結果		評価	
評価軸				自己評価	委員会評価
1	経済的な基盤の確立	1	全体事業収支	助成金の取得や業務委託費などで、安定した経営の中で事業実施が行えている。	利用者不在時に早めの閉館や空調の管理などを通して、管理費を節約することで安定した経営を図っているが、昨年度よりも稼働率の戻りが鈍く、公演数が減っている感じを受けている。助成金を取得することで、なるべく負荷のかからない形での事業実施を行なっている。
		2	横浜市の補助金以外の収入(助成金、協賛金、貸館収入等/その内訳と比率)	助成金など:270万円、貸館収入:540万円	
		3	施設の管理運営に係る費用(管理運営費、人件費で事業に係る経費を除いたもの)に対する年間利用料金収入の割合	22%	
2	施設の運営・管理	1	施設の利用状況(部屋別稼働率・延べ来館者数及び利用団体数)	時期によってバラツキがあり、全く利用のない時期も多い。稼働率は40%程度。	今年度下半期からホールと和室をセットで貸し出すことで、利用料金のアップ、稼働率のアップに取り組んでいる。2階を同一団体が使用していることで、管理もし易くなった。全館空調のため細かな温度調整が難しかったのだが、パネルの更新により、室内への吹き出し温度の設定が可能になった。イレギュラーな状況にもなるべく丁寧に答えられるよう、スタッフ→全体共有→ディレクターによる判断→全体共有→利用者、というフローを徹底している。
		2	施設の管理状況	空いている時期を利用して、床面のメンテナンスを行なっている。貸出備品のケアも日常業務の中で徹底している。	
		3	施設の修繕・改善状況	空調の管理パネルの更新工事を行い、これまで手元で操作出来ていなかったことにも対応出来るようになった。	
		4	安全対策・危機管理体制	定期的なスタッフミーティングとマニュアルの共有で徹底している。	
3	運営体制・労務管理	1	常勤スタッフ数と役割分担(職能)・勤務体制	11月以降プログラムディレクター、新規アルバイトスタッフ1名が加わり、シフトの人員は十分に足りており、緊急時の対応にも問題ない。	スタッフの数が増えることで、全員が同じ対応ができるように情報共有を徹底している。申請書類のフローや日常業務など、随時マニュアルを更新している。事業実施時には、それぞれの職能を活かした役割を担ってもらっている。(イベント時のDJ、ワークショップのアシスタント、など)
		2	年間総支出に占める管理運営費、人件費の割合(常勤スタッフの報酬と待遇等)	管理運営費・人件費:80% 常勤スタッフ3名:775万円	
		3	スキルアップ・モチベーションアップのための取組状況	これまで同様、空きスタジオの稽古場利用や、ミーティング場所の提供などと共に、様々な情報共有を積極的に行なっている。	
4	広報・情報発信	1	各事業の効果的な広報活動・情報発信(利用者・市民に向けたものを含む)	webやSNSを活用した広報活動を行なっている。STスポットとの共同企画はチラシの作成なく、チケットが完売した。	恒常的に各種チラシの配架を行なっているが、コロナ禍前に比べて、数が減っていると感じている。急な坂の企画においても、紙媒体ではなくSNSベースでの宣伝が波及効果が高い。これまでの取り組みを共有するために、プログラムディレクターへの引き継ぎとアーカイブ作業を同時に丁寧に進めていきたい。
		2	市の施策に協力した創造都市横浜のPRにつながる広報活動・情報発信	横浜トリエンナーレにおける家族向けイベントでは、横浜市・横浜美術館とともに定期的なミーティングをへて、広報準備をしている。	
		3	事業のアーカイブの作成、発信(出版物、映像資料等)	プログラムディレクターへの引き継ぎと同時に進めていく。	

横浜市本体からの業務委託に加え、マグカル助成や神奈川県助成金を獲得するなど、事業のための基盤強化への努力がみられる。

稼働率の回復については業界全体の状況との連関もあり時間がかかることが予測される。ホールと和室のセット貸しなど工夫をこらして取り組んでいることを評価。

稽古場としてのアーティスト支援が中心で事業を行う上で、それ以外のものをどれぐらい、どうやっていくかという点で、負荷がかからないよう注意が必要。

II 創造性／政策達成評価				評価					
評価軸	評価の着眼点	事業計画(要旨)	実施結果	自己評価	委員会評価				
1 舞台芸術を中心とした創造活動の場	1 創作の場の提供 すべての利用者にとって快適・安全で使いやすい・借りやすい稽古場運営を行っているか	状況に応じた稼働率の設定・達成	大きな助成金の終了や、若手の新規団体が少ない状況が続いており、稼働率はまだ戻りきっていない。	AFFの終了もあり、昨年度よりも小劇場における公演数が減っている実感がある。急な坂もこれまで年に2回公演していた団体が1回になったり、公演のペースが落ちている。来年度に向けて、新しい借り方の枠組みを検討したい。	ディレクター移行による新規の取り組みに期待。				
		新規広報媒体の検討	新規プログラムディレクターへの移行のタイミングで、デザイン含め、サイト更新の予定。						
		ハラスメント対策への取り組み	スタッフ間での情報共有、様々なケースに関してのディスカッションなどを行っている。						
	2 創造活動への支援 快適な創作活動を行うために必要なサポートを行うことで、アーティスト達が育ち・続けていくための創造環境が整備されているか	サポートアーティスト	新規サポートアーティスト募集までの期間は、横浜市の財団を通して紹介のあったアーティストや、ダンコレ受賞者への支援を行った。			財団を通して紹介のあった小尻健太のサポートを行った。(トーク企画実施、稽古場提供)キャリアの過渡期でかなり悩んでいたが、来年度の赤レンガ倉庫1号館の振付家に選出されるなど、新しいキャリアを築きつつある。10月の韓国公演、3月の横浜トリエンナーレなど、横浜市との有機的な連携のもと、事業を実施出来ている。これまでに関わりのあったアーティストたちと様々な形で協働できる1年間になっており、加藤自身のディレクターとしての歴史を振り返る機会にもなった。	韓国公演は、日頃別々に活動しているアーティストたちが、非日常の場所に一緒に行って作品を発表し、そこで様々なフィードバックを受けるという貴重な経験であり横浜らしい取組と言える。		
		急な坂プロデュース	12月にショーケース公演の実施、3月に子供向けワークショップを実施した。						
		新規(若手)利用団体へのサポート	STスポットとの連携を検討する中で、劇場や稽古場の使用期間が短くなっているということがわかり、より良い枠組みを考えている。					自主事業と委託されてやっている事業は、分けて考えるほうがいい。趣旨に合っているから委託を受けるのだから、アーティストの支援などの視点で受けたものかということが、クリアになるといい。	
		人材育成プログラム(急な坂アトリエ、相談室plus)	ディレクター移行期間ということもあり、本年度は実施せず。						STスポットや横浜市芸術文化振興財団と有機的につながって、良い事業や良い結果につながっている。
		サイトを活用した取組(劇評連載、アーカイブ)	Aokidのコラムの最終回を掲載。全体を通して、かなりの反響があった。						
ワークショップなど市民に開かれた取組	学校プログラム実施(2校)、老松中学校の職場体験受け入れ、立教大学のインターン受け入れ、3月開催の子供向けワークショップ。	学校プログラムでは、新たにスペースノットプランクに参加してもらった。彼らにとって、小学生向けのワークショップは初めてであり、良い機会になった。また、各種事業を通して、これまでに関わりのあったアーティストたちと様々な形で協働しており、17年分の歴史を改めて感じる事ができた。	急な坂プロデュース「ミルクを飲みながら」は自己評価では1-2の中で評価しているが「市民に開かれた取組」として評価する。市民に開かれた取組が弱いと言われていたが、実際はこのような取組が行われている点を評価したい。						
2 舞台芸術を中心とした創造活動に関わる人材の育成	1 アーティスト、観客、批評家など、様々な人材が集まり、学び、交流する場となっているか			様々な人材が集まり、学び、交流する場として機能しているか	10月の韓国でのパフォーマンスや12月のショーケースでは、これまでにゆかりのある様々なジャンルのアーティストに参加してもらった。				学校プログラムは2校だけとなっているが、アーティストにとっていい機会になるので、そういう視点で数を増やしてほしい。急な坂にとっても街に出て行く機会になる。
				新たなディレクターを選考・育成し、次世代への継承を図れているか	次年度に向けて、事業の組み立てや詳細を協働で考えた。				
				ワークショップなど市民に開かれた取組	学校プログラム実施(2校)、老松中学校の職場体験受け入れ、立教大学のインターン受け入れ、3月開催の子供向けワークショップ。				

総評	新しいディレクターも人材育成に熱意を持っており、これまで同様もしくはそれ以上の人材育成がこれからも期待できる。様々な時代の要請がある中で、将来の観客とアーティスト、あるいは拠点をつなぐような役割を果たしていただきたい。	【市の取り組むべき事項】 急な坂を拠点にしてアーティストが育ち、その後国内・海外で活躍していることも、横浜市の文化政策の特徴かつ価値であり、その広報をしっかりと取り組むべき。委託事業を発注する場合は、業務過多にならないということに配慮すべき。
----	---	--

これまでの総評	R4	・稽古場運営を着実に進めていく、急な坂プロデュースやショーケースなどの企画を変わらず進めてきているのは評価できる。 ・ディレクター交代のことは、いい意味で注目されている。よき方向にいくように応援している。
	R3	・コロナ禍にあって、オンライン等も活用しつつ、小学校へのアーティスト派遣を無事に行えたことは評価できる。 ・レジデンスアーティスト、サポートアーティストが令和3年度で一旦全員卒業となったが、メンターとして寄り添いながら信頼関係を築いてきた点が評価できる。
	R2	・新型コロナウイルス感染症対策を迫られる中での運営であったが、「ききみみ」などの新たな取組により稽古場としての活動以上の付加価値をつけている。 ・アーティストの面でもきちんと内容を創り出している。首都圏を中心とした演劇界の中でつながっていると感じる。
	R1	・限られた予算と人員の中で多くの事業を丁寧に実施されている。若手の支援をはじめ、稽古場ならではの企画や、コロナで人を集められない中で状況に応じた企画ができていくのが評価できる。 ・子供向けプログラムについて、子供に関心があるアーティストと協力しながら企画を組み立てるなど、柔軟な発想で考えられるといい。急な坂らしい企画を期待する。

医療・介護現場における芸術

病院、GP(General Practitioner/かかりつけ医)、ホスピス、介護施設を含む。



サービス利用者が共同設計したウェー
ルズのメンタルヘルス回復施設により、
NHSの費用が

年間 **30万** ポンド



削減されると見込まれる。

医療現場における視覚芸術や
舞台芸術は、病気、不安、
ストレスの軽減に寄与する。



子守歌の演奏により、新生児の
心拍数が安定する。新生児集中
治療の現場では、音楽の生演奏に
より、入院期間が大幅に短縮される。

参加型の芸術プログラム

健康とウェルビーイングの増進と維持を目的とした、
医療・社会福祉の現場や地域社会における、個人
もしくは団体での芸術活動のこと。

ロンドンの貧困地域における芸術活動への参加者のうち、

79% の食生活が改善し、

77% の運動量が増加し、 **82%** の幸福度が向上した。

早期ケアと教育への投資額1ポンドあたり、最大で
13ポンドの将来的なコスト削減が算出される。子供向けの
参加型芸術活動は、認知的・言語的・社会的・情緒的
発達の上を促し、学校生活への適応力を高める。

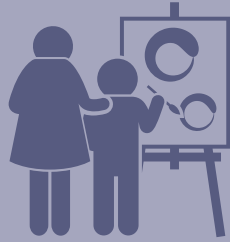


参加型の芸術活動は、
仕事および私生活
での不安、うつ、
ストレスの軽減
に寄与する。



芸術療法

一般的に、臨床現場で
個人向けに提供される、
演劇、音楽、視覚芸術の
こと。3,600人が、医療・
介護職業評議会の認定
を受けて芸術活動を
提供している。



芸術的処方

社会的処方の一環として、心身の苦痛を抱える人々
が、地域社会の芸術活動(美術館、博物館、図書館を含む)
に関わるよう促す、もしくは、自らの意志で参加する
取り組みのこと。

芸術的処方により、個人のGPの受診回数が37%減り、
入院数が27%減少した。

これにより、患者ひとりあたり

216 ポンド

の節約となる。



芸術的処方への投資額1ポンドあたり、
4~11ポンドの社会的効果が算出
される。

平均寿命は、過去200年にわたって10年
ごとに2年ずつ延びており、西洋人の
半数は100歳まで生きると見込まれる。
芸術活動は、健康的に年を重ねる
ために重要である。



音楽療法を受けた認知症
患者の

67%

に、興奮症状の軽減と、
投薬の必要性の減少が
見られた。



芸術療法は、
脳損傷の
回復を促し、
がん患者の
心身の苦痛、
および
治療による
副作用の軽減に寄与する。



芸術療法は不安、うつ、スト
レスを和らげ、回復力やウェ
ルビーイングを増大させる。

医療研修と 医療人文学

医療・社会福祉の専門家の育成
やスキルアップの場に、芸術を
取り入れること。

NHS職員の病欠は年間1000万日で、
その経済的損失は

24億 ポンド

にのぼる。

芸術を取り入れることで、医療・介護
職員が自分たちおよび患者の健康と
ウェルビーイングを上げることができる。



日常における 創造性

スケッチ、絵画、陶芸、
彫刻、音楽制作、映画
制作、歌唱、手工芸を
含む。

イングランドには、

49,000 以上のアマチュア
芸術団体があり、

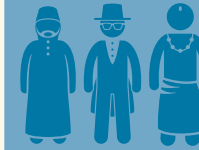
人口の **17%** にあたる

940万人 が関わっている。



文化施設およびイベントへの参加

コンサートホール、ギャラリー、歴史的建造物、遺跡、
図書館、博物館、美術館、劇場などに行くこと。



そうした体験の有無は、
個々人の教育水準、豊かさ、
民族性に左右される傾向
がある。

こうした文化的な活動は、
仕事上のストレスを軽減し、
より長く幸福な人生をも
たらす。

イギリスには

2,500

の博物館、美術館、ギャラリー
があり、そのうち

約 **600**

施設で、健康とウェルビーイングの増進
を目的としたプログラムが実施されて
いる。



建築環境と自然環境

粗悪な建築環境は、人々の健康とウェルビーイングに
悪影響を与える。

イングランド国民の

85%

が、建築環境の質が
心理状態を左右する
と考えている。

公園の維持費への投資額1ポンド
あたり、

34 ポンド

の効果が地域社会にもたらされる。

