

「ヨコハマトリエンナーレ 2011」開催結果について

<開催概要>

- (1) 会期 2011年8月6日～11月6日（延べ83日間（休場日を除く））
- (2) 会場 横浜美術館、日本郵船海岸通倉庫（合計約8,500m²）、他
- (3) 総合ディレクター 逢坂恵理子（横浜美術館館長）
アーティスティック・ディレクター 三木あき子
- (4) 主催 横浜市、NHK、朝日新聞社、横浜トリエンナーレ組織委員会
- (5) 共催 公益財団法人横浜市芸術文化振興財団
- (6) 支援 文化庁（国際芸術フェスティバル支援事業）
- (7) 特別協力 独立行政法人国際交流基金
- (8) 作家数 77組／79人、1コレクター（22の国と地域、日本出身者35人）
作品数：337件、うち新作64件

1 開催結果

(1)入場者数・チケット

ア 総入場者数	333,739人
・横浜美術館	184,562人
・日本郵船海岸通倉庫	118,660人
・その他	30,517人

イ チケット

- ・入場券販売枚数：166,459枚（過去最高）
- ・入場料収入：2億4,615万円（過去最高）

(2)展示内容

- ・国際展としての質を維持しつつ、わかりやすく親しみやすい内容
- ・日本の若手作家の積極的な登用、著名な作家と若手作家の対比による相乗効果

(3)教育プログラム

- ・キッズ・アートガイド 2011:29人の小中学生が「ト」によるツアーを13回実施、参加者延べ428人
- ・団体受入：計146団体6,325人（学校105、福祉団体11、その他団体30）（過去最高）

(4)市民協働

- ・サポーター登録者数940人、延べ3,307人が活動
- ・トリエンナーレ学校（サポーターを対象とした講座 延べ18回実施、1,189人参加）
- ・会期前：「おもてなし」、「宣伝」、「アーティストサポート」、「事務局お助け」の4チームが活動
- ・会期中：会場運営サポート活動（作品看視、ビジターセンター運営、サポータートーク他）

(5)まちにひろがるトリエンナーレ

- ・特別連携プログラム：BankART Life III（新・港村）（入場者数約5.8万人）、黄金町バザール2011（同約9.2万人）…共通チケットの販売、会場間無料バスの運行
- ・連携プログラム：70プログラム、応援企画：17企画、会場周辺のレストラン等の協力：73店舗

(6)広報

- ・多くのメディアに取り上げられ、掲載件数1,763件（うち海外139件）（過去最高）
- ・ツイッター、フェイスブックなどのSNS（ソーシャル・ネットワーキング・サービス）を初めて活用
- ・パフォーマンスにより広報を行う「ヨコトリキャラバンズ」が6月中旬から11月上旬まで活動

(7)経済波及効果等

- ・ヨコハマトリエンナーレ2011の市内への経済波及効果：43億6,000万円（推計値）
- ・パブリシティ効果（広告費換算）：45億6,000万円以上

(8)事業収支

- ・横浜トリエンナーレ組織委員会の決算額(見込み):約8億7,000万円(H21~23の3か年度計)
- ・収入(入場料収入等)の増などにより、約2億円の収支差額
- ・組織委員会に負担金を拠出している横浜市に対して、上記収支差額2億円を返還

(9)その他

国際交流基金が主催者から外れたことや東日本大震災の影響により、開催準備全般に遅れが生じた。

2 総括

(1)全般

- ・はじめて夏休み期間に開催し、これまでのトリエンナーレではあまり見られなかった子どもや家族連れが多数来場
- ・入場者数は9月中旬頃から伸びはじめ、以後閉幕まで堅調に推移

(2)来場者アンケート(9/24~11/6 紙・Webで実施。有効回答数1,870件。市内30%・市外63%)

- ・来場者の約4割が過去に横浜トリエンナーレに来場したことのあるリピーター
- ・「規模が縮小した」という意見とともに、「大型展示」「街中にアートがあふれている」ことを求める意見が多く見受けられた。
- ・「横浜の地域性を生かしたトリエンナーレ」「横浜から発信するトリエンナーレ」などに期待する多くの意見があった。

(3)専門家等の評価

- ・新聞・雑誌の記事は概ね好意的
- ・今回はじめて横浜美術館を主会場とし、同美術館のコレクションと合わせて展示したことに言及する記事が多く見受けられた。
- ・現代美術ファンと一般観客の双方が楽しめる内容
- ・海外のギャラリー・国際展の関係者が来場し、若手作家の調査等を実施

(4)分析(注:⑧…横浜トリエンナーレ2008、⑤…横浜トリエンナーレ2005、①…横浜トリエンナーレ2001)

- ・来場者がトリエンナーレを認知したきっかけは、インターネット等によるものが最も多く、主にSNSを活用した広報に一定の効果がみられた。

(Webサイト・ツイッター・フェイスブック等が全体の28%(⑧18%、⑤10%、①4%))

- ・今回は来場者から内容的に最も評価をいたいたい展覧会となった。

(展示内容に「大変満足」、「やや満足」が全体の78%(⑧64%、⑤73%、①74%))

- ・今回は市内からの来場者の割合が最も多い展覧会となった。

(お住まいが「横浜市内」が全体の30%(⑧25%、⑤28%、①26%))

- ・50代以上の世代の来場者の割合が増加し、現代アートのすそ野が広がっている。

(50・60・70代の来場者割合:16%(⑧11%、⑤10%、①11%))

- ・今回は震災後の催事自粛ムードの中で開催し、現代アートの国際展に注目が集まった。

(5)課題

- ・市民への認知度をさらに高めるための取組の強化(広報等)
- ・我が国を代表する国際展として、海外からの集客の増加
- ・現代アートのすそ野を広げるため、子どもたちを対象とした教育プログラムの充実

横浜トリエンナーレ開催実績

	第1回	第2回	第3回	第4回
開催年	2001	2005	2008	2011
会期	9月2日～11月11日 (71日間) *休館日4日含む	9月28日～12月18日 (82日間)	9月13日～11月30日 (79日間)	8月6日～11月6日 (83日間)※休場日を除く
主会場	[2会場] パシフィコ横浜展示 ホール 赤レンガ倉庫1号館	[1会場] 山下ふ頭3号・4号上 屋	[4会場] 新港ピア 日本郵船海岸通倉庫 (BankART Studio NYK) 赤レンガ倉庫1号館 三溪園 他無料3会場	[2会場] 横浜美術館 日本郵船海岸通倉庫 (BankART Studio NYK) 他無料2会場
テーマ	メガ・ウェイブ 新たな総合に向けて	アートサークス 日常からの跳躍	TIME CREVASSE タイムクレヴァス	OUR MAGIC HOUR 世界はどこまで知ること ができるか？
ディレクター	アーティスティック・ ディレクター： 河本信治 建畠 哲 中村信夫 南條史生	総合ディレクター： 川俣 正	総合ディレクター： 水沢 勉	総合ディレクター： 逢坂恵理子 アーティスティック・ ディレクター： 三木あき子
キュレーター		天野太郎 芹沢高志 山野真悟	ダニエル・バーンバウ ム、フー・ファン、 三宅暁子、ハンス・ ウルリッヒ・オブリス ト、ベアトリクス・ルフ	
参加作家数	109作家	86作家	72作家	77組/79名
作品数	113件	84件	66件	337件
総事業費	約7億円	約9億円	約9億円	約9億円
総入場者数	35万人	19万人	55万人	約33万人
有料会場 入場者数	約35万人※	約16万人	約30万人※	約30万人※
チケット 販売枚数	約17万枚	約12万枚	約9万枚	約17万枚
ボランティア 登録者数	719人	1,222人	1,510人	940人

*第1回、第3回、第4回については、有料会場の延べ入場者数