

ROPPONGI ART NIGHT project evaluation report 2023

六本木アートナイト
事業評価報告書
2023



六本木アートナイト実行委員会
(受託) 評価コンサルタント 佐野直哉・中谷美南子・三浦宏樹



目次

2	事業評価の要約
4	Summary of the Project Evaluation
8	はじめに
9	評価に向けて
10	1. 評価の指標について
10	2. 2022年度の評価総括
10	3. 今年度の評価設問
15	評価目的Ⅰ
16	鑑賞行動の変化
16	1. 来場者アンケート調査回答者の分類と傾向の分析
21	2. 深夜滞在層と深夜滞在なし層の比較分析
27	3. 鑑賞行動の変化に対する評価
30	経済行動の変化
30	1. 経済波及効果の推計
32	2. 六本木アートナイト2022の経済波及効果との比較
36	評価目的Ⅱ
37	1. 地域住民・団体の変化や見える価値
41	2. 外部スタッフの変化や見える価値
42	3. 新進アーティストの変化や見える価値
44	4. 実行委員会の変化や見える価値
48	5. 行政機関から見えている変化・価値
50	6. 小括
52	総括

事業評価の要約

評価目的Ⅰ：鑑賞行動の変化

来場者はコロナ前の傾向に戻りつつあり、特に若年層や深夜滞在者の鑑賞スタイルに多様性が見られる。滞在時間の長さはアートをより理解し、高い満足度や次回来場意向と SNS を通じた積極的なコミュニケーションにつながる事がわかった。

1. 来場者の傾向はコロナ禍以前の水準に戻りつつある

- ・男女比は 4:6 で安定。学生来場者が 13.5% 増加。
- ・リピーターが 64.9% で、「毎年来ている」が 44.7%。リピーターは来場者の中核を形成。
- ・「夜を楽しむ」4 割、「日中から楽しむ」6 割。

2. 滞在時間が長いほど満足度は高まる傾向に

- ・満足度は 87.8% で前回比 3.4 ポイント増。特に「とても楽しかった」が 49% で 11.5 ポイント増加。特に女性 20 代が 92.9% の高い満足度を示す。
- ・滞在時間が長いほど満足度が高まる傾向。
- ・滞在時間 10 時間以上や深夜滞在者は次回来場意向が高く、SNS を通じたコミュニケーションも積極的。

3. 深夜滞在層は大人な鑑賞環境を満喫

- ・深夜滞在なし層は、作品鑑賞を中心に、アートと自分との関係や、家族や友人と一緒に楽しみながら回ることに関心の高さがうかがえる。
- ・深夜滞在層は、自身が作品とじっくり対峙し、逡巡し、解放に向かう時間と、六本木という街の空間全体がその舞台となる贅沢で大人な鑑賞環境をより楽しんでいる。

4. 経済波及効果

- ・総合効果が 1,803 百万円で、前年比 32% の減少。1 人当たりの観光消費単価は 7,330 円で前年比 41% 減と、前年 3 日間開催からオールナイトに戻ったことが影響。

評価目的Ⅱ：作り手のロジックモデルにおける中長期アウトカムにつながる見通し

5. 地域のイメージ向上に貢献

- ・地域住民の満足度は高く、特に地域のイメージ向上が顕著。
- ・しかし短期アウトカム「地域活動の多様化」の達成はその内容の具体化を含め目標の整理が必要。

6. プロフェッショナルの成長やキャリアアップに寄与

- ・スタッフは人脈づくり、経理業務や助成業務の実績や知見、大規模イベントの運用経験など実用的な経験が成長につながっている。
- ・新進アーティストは、作家としての認知度が向上し、キャリアアップにつながっているものの、実感がまだ得られていない状態。

7. 地域とアートの融合によるシンボリック・プログラム

- ・六本木アートナイトは、地域の文化施設と地域住民が協働するシンボリック・プログラムとして地域住民や文化施設、行政との連携向上に寄与。短期アウトカムでは「館外活動（アウトリーチ）」や「認知度の向上」、中期アウトカムでは各団体の連携が強化されているが、「国際的な文化拠点形成」においては関係者間で具体的な姿についての共通認識と合意形成が必要なことがわかった。
- ・しかし同時にいくつかのアウトカムの設定の見直しと概念の整理、そしてロジックモデルの再構築が今後必要。

総合評価

六本木アートナイト 2023 は来場者の多様なニーズに応え、地域社会やアート分野にポジティブな影響をもたらしているが、経済波及効果の変動や参加者層の異なる鑑賞スタイルなど、新たな可能性や課題が浮かび上がっている。今後は若年層の期待に焦点を当て、プログラムの改善や魅力的な企画を通じて、新たなリピーターを育てることや、ポスト・コロナ期の時代の潮流にも合わせながら、今一度めざすべき状態とそれにたどるべき手段を見直し、時代の先端をいくプログラムとして「アートによるまちづくり」の形を改めて描く時期に来たと言える。

Summary of the Project Evaluation

The analysis of Roppongi Art Night 2023 revealed intriguing changes across various aspects of the event. This evaluation report is structured in alignment with the two evaluation objectives.

Evaluation Objective I: Examining Changes in Visitors' Appreciation Behavior that Reflect their Attitude toward the Event

1. Trends in visitor behavior are returning to pre-pandemic levels.

While the gender ratio remained consistent at 40% male and 60% female, there was a notable shift in occupational demographics, with student attendance increasing by 13.5% following a decline during the pandemic. Additionally, solo visits decreased to 28.5%, whereas visits by pairs increased to 54.9%. Repeat visitors accounted for 64.9%; in particular, 44.7% were annual visitors—the core visitors.

During the core night hours (from 18:00 on the 27th until 06:00 on the 28th), 18.4% of visitors stayed until the second half of the core hours (24:00–06:00; late-night visitors), 23.8% stayed only during the first half of the core hours (18:00–24:00; night visitors), and 57.6% stayed during the day until 00:00 (non-late-night visitors). Night and late-night visitors comprised approximately 40% of all visitors, and approximately 60% of visitors enjoyed programs before core hours until midnight. Roughly speaking, 40% of visitors enjoyed the event at night and 60% during the day. These findings indicate a return to pre-pandemic patterns.

2. Higher satisfaction is correlated with longer stays.

Visitor satisfaction rates increased by 3.4 percentage points compared to the previous year, with a total of 87.8% of visitors reporting that the event was "very enjoyable" or "enjoyable." The percentage of visitors who reported having a "very enjoyable" experience reached 49%; a significant increase of 11.5 percentage points and a highest percentage recorded since 2012. Dissatisfaction remained at 4.0%. High satisfaction was noted among women aged between 20 and 29 years (92.9%). Meanwhile, participants who stayed for over 10 hours or into the late night showed a higher intention to return and repeat the visit. However, those who stayed for shorter durations, especially first-time visitors and individuals aged between 40 and 59 years displayed lower levels of satisfaction. The "night-only visitors" during the first half of the core time also belong to the group with shorter stays; therefore, we should consider how to enhance their experiences in the future. There was a potential correlation between solo attendance and negative responses. On the other hand, it is also conceivable that 32% of repeat visitors attend alone, suggesting that solo attendance increases among experienced visitors. It would be worthwhile to consider what solo visitors enjoy about the event. Meanwhile, longer stays are associated with a better understanding of art, leading to higher satisfaction, a higher intention to return, and active

communication over social media channels.

3. Non-late-night visitors focus on enjoying artwork with family and friends, while late-night visitors enjoy a more exploratory viewing experience.

Segmenting participants into late night and non-late-night groups revealed distinct behaviors. Non-late-night visitors primarily focused on art appreciation with family and friends, whereas late-night visitors stayed outside and within the core hours and engaged in thoughtful art exploration, enjoying a mature nighttime ambiance. Programs appealing to both young and veteran audiences should be considered; these groups tend to stay longer, especially those who attend the event for over 20 hours (primarily males over 50 years of age). Enhancing dialogue and interactive opportunities for late-night visitors and incorporating festive performances for younger audiences could enrich the program.

The Roppongi Art Night 2023 met post-COVID expectations and was highly praised by the participants. Moving forward, we should focus on enhancing experiences for young generations who lacked such opportunities during the pandemic; this may be achieved by further enhancing the programs and creating attractive plans to cater to the diverse needs of visitors.

4. Economic impacts are approaching pre-pandemic levels.

The economic impact of Roppongi Art Night 2023 decreased by 32% compared to the previous year, with direct effects of ¥11.72 billion, first-order indirect effects of ¥4.6 billion, and second-order effects of ¥1.71 billion—totaling ¥18.03 billion. The per capita tourism expenditure decreased by 41% compared to the previous year, although it remained higher than the 2015 levels, and there is a possibility that the event's scheduling over three days last year was the exception and economic impact levels are reverting back to pre-pandemic levels as the event takes on its traditional format.

Evaluation Objective II: Examining the Levels of Achievement of Short-term Outcomes and their Links to Medium-term Outcomes in the Logic Model for Event Organizers

5. Local visitors' high satisfaction is rooted in their perception that the event enhances the community's image.

To elucidate the impact of Roppongi Art Night 2023, we examined short- and medium-term outcomes among five stakeholders, as shown in the organizers' logic model—namely, local residents/groups,

external staff, artists, the organizing committee, and governmental bodies—and compared them with the event's status over the past few years. Surveys related to visitor questionnaires revealed that approximately 28% of the visitors in 2023 were local visitors and shed light on their characteristics and participation patterns. While local residents enjoy Roppongi Art Night for short periods, their active involvement in volunteer activities, such as cleaning and patrolling, also indicates an enhanced sense of community participation. The satisfaction of local residents is high; in particular, residents were notably more satisfied with the area's image, suggesting that Roppongi Art Night may positively influence the local community. However, the evaluation could not objectively confirm any changes as specified in the short-term outcome “diversification of local activities” by the local residents/groups. Further data collection and analysis are required to make evaluative judgments.

6. Contribution to professional growth and career advancement.

In the logic model for external staff, staff participation in Roppongi Art Night was expected to facilitate their professional growth and career development in the art sector—this was a medium-term outcome. It was found that staff members' participation in organizing the event prompted growth, leading to practical experiences, such as networking for success in the art sector, gaining expertise in financial and grant management, and learning the operations of large-scale events, which contributed significantly to their professional growth rather than just their expertise in the art itself.

In the logic model for emerging artists, the artists' participation in creating and exhibiting artwork suggested a short-term outcome of “enhanced recognition as artists leading to career advancement.” The survey results showed that while the impact on artists' creative expression was positive, challenges arose in networking with audiences and other participants because of the COVID-19 pandemic. Additionally, a situation in which the short-term outcome had not yet been felt was indicated.

7. Role of the symbolic program in promoting the integration of the local community and art.

The members of the Roppongi Art Night executive committee, who are also members of the Roppongi community, were involved in this project to attract new visitors to the area and expand the visitor group as a whole. Additionally, Roppongi Art Night has been found to promote greater visibility of each institution and support the development of young staff members by providing opportunities for experimental initiatives (such as collaboration with external venues and experiences for young curators). Furthermore, it was discovered that the Roppongi Art Night serves as a “symbolic program” for collaboration between the local community and cultural institutions that leads to improved cooperation between these groups. It also enhances Roppongi's image as a “culturally rich city center with art and design,” and serves as a catalyst for reconnecting fragmented communities through

art, particularly amidst redevelopment efforts. Government agencies evaluate Roppongi Art Night as contributing to the cultural enhancement of the administrative area. While short-term outcomes, such as “outreach activities outside facilities” and “enhanced recognition,” were expected, it was confirmed that the medium-term outcome of “enhanced collaboration among various organizations” was achieved. However, there is no common understanding of the specific image of an “international cultural hub.” Additionally, discussions have highlighted a need to specify of these outcomes as well as challenges and areas for improvement, including considerations for strengthening collaboration and developing programs that align with the sustainable development goals (SDGs). Therefore, it will be necessary to reassess the program outcomes, clarify the main concepts, and reconstruct the logic model in the near future.

Overall Evaluation

Based on a comprehensive analysis of results under the evaluation of Objectives I and II, it can be concluded that Roppongi Art Night 2023 successfully met the diverse needs of visitors and positively impacted the local community and the art sector. However, various challenges and opportunities emerged, including fluctuations in economic ripple effects and different viewing styles across visitor demographics.

Ultimately, Roppongi Art Night has served as a pioneering model for “urban development through art” by connecting the people of Roppongi with cultural institutions through art and reconfiguring the area's spatial landscape as a “symbolic program.” Looking ahead, it is crucial to determine our goals and how we may best achieve them, especially in light of the trends of the post-COVID era—this period marks an opportunity to envision Roppongi Art Night as a program that continues to lead future developments.

In particular, there is a need to focus on the expectations of younger demographics who have the potential to become repeat visitors. Furthermore, program improvements and compelling initiatives should be created in the interest of sustainable development.

はじめに

「六本木アートナイト」は六本木の街を舞台にした一夜限りのアートの饗宴です。様々な文化施設や商業施設が集積する六本木の街に、アート作品のみならず、デザイン、音楽、映像、演劇、舞踊などを含む多様な作品を点在させ、非日常的な体験を作り出し、生活の中でアートを楽しむという新しいライフスタイルを提案します。またアートと街が一体化することによって、六本木の文化的なイメージを向上させ、東京という大都市における街づくりの先駆的なモデルを創出することを目指しています。2009年から毎年継続して開催*することによって、東京を代表するアートの祭典として、日本のみならず世界的に認知され、高い評価を得ることを目指しています。

六本木がかつて夜の街としてネガティブなイメージが強かったことを、逆にポジティブな資源と捉え、現代美術の力によって積極的に活用し、アートの街、ナイトカルチャーのある洗練された街として地域イメージの刷新に寄与したいと考えています。

コロナ禍が明けたばかりの2022年の開催では、1日限りのオールナイトから3日間の、オールナイトなしの開催に変更されましたが、2023年の12回目の開催では4年ぶりのオールナイトが復活しました。

今回のテーマは「都市のいきもの図鑑」として、コロナ禍以降、前景化した「持続可能な社会」を考察しました。地球の環境全体へ意識を向けることを鑑賞者に促し、東京という大都市にある六本木の街で、人間だけでなく動物や昆虫、植物など様々な生きものがいかに命を育み、どのような生態系で共生しているのかを、アート作品やパフォーマンス作品を通して考えました。

本評価報告書では、オールナイトが復活した2023年度の開催に対する評価の結果を通じて、六本木アートナイトのこれからについて考えます。最後に本事業評価にご協力いただいた全ての方に御礼を申し上げます。

六本木アートナイト実行委員会

* 2011年は東日本大震災、2020年、2021年はコロナ禍により中止



評価に向けて

評価に向けて

1. 評価の指標について

六本木アートナイトは、東京都、公益財団法人東京都歴史文化財団 アーツカウンシル東京、港区、六本木アートナイト実行委員会（国立新美術館、サントリー美術館、東京ミッドタウン、21_21 DESIGN SIGHT、森美術館、森ビル、六本木商店街振興組合）が主催者となり、官民の様々なステークホルダーが関わっている文化事業です。それゆえ期待される役割や生まれる事業価値自体も多様であることから、事業のインパクトや結果を共有するための事業評価を、外部の有識者である評価チームが加わって2016年より本格的に取り組んでいます。

2016年の評価報告書では観客数、動員数や短期的な経済効果といった数値評価のみならず、文化事業の中長期的な評価検証を念頭に置いたうえで評価フレームワークを作成しました（図1「2016年度の評価の枠組み」）。続いて2018年の評価報告書では、六本木アートナイトの基本理念を参照項としながら、事業が目指すものは何か、評価のためのロジックモデル（概念図）をステークホルダーや作り手と受け手それぞれに分けて作成（図2「2018年度のロジックモデル（受け手）」、図3「2018年度のロジックモデル（作り手）」）し、来場者アンケート及び一般向けネットリサーチの結果を分析しています。

評価手法としては社会的インパクト評価を採用し、事業や活動の結果として生じた社会的、環境的、教育的などに分類される成果を明らかにし、事業やそのマネジメントの改善を目指しています。事業に直接ともなって生み出される「アウトプット（来場者数、実施回数など数値化できるもの）」に限定されない、特に事業に関わる多様なステークホルダーや地域社会に起きる気持ち、行動、状態などの変化を「アウトカム（成果）」として捉え、それらを「短期・中期・最終」など段階別に整理し、主に中間アウトカムを評価しています。

本年度もこれらの枠組みを使用して、本事業の目

的がどの程度どのように達成され、どのような価値を生み出しているかを検証、評価します。

2. 2022年度の評価総括

昨年度は評価設問を2つ設定しました。評価目的Ⅰは「六本木アートナイトが外部環境・鑑賞環境の影響を受けつつ、どのように対応したのかを明らかにする」です。これはコロナ禍を経て感染リスクを避けるために1日限りのオールナイトを中止し、代わりに3日間の開催としました。これまでの開催とは外部環境も鑑賞環境も大きく変化しました、そのため影響度合いを評価する必要があると考えたからです。

評価目的Ⅱは「六本木アートナイトの価値をほぐし、再評価する」です。今後、どのような人をひきつけ、来場者にどのような行動をとってほしいか、個々の自由記述などから来場者のニーズや意見を拾っていく（2018年度評価報告書、p.18）という課題に対応して、来場者が六本木アートナイトのような都市型芸術祭に見出している価値を、コロナを経た2022年の開催と過去の開催で比較し、その変化を評価しました。これまでの定量的・定性的な調査手法に加えて、後述するテキストマイニング分析を自由記述に応用して分析しています。

以下に評価結果を簡単に整理し、まとめました（図4）。

この評価結果から、基本理念で達成できていることは、「非日常的な体験の創出」や「六本木の文化的なイメージの向上」は六本木アートナイトが「アートと街をつなぐ装置」として機能し、達成しつつあることを明らかにすることができました。

3. 今年度の評価設問

今年度の評価では、昨年の評価結果を土台として、さらにアフターコロナでの鑑賞行動の変化を捉え、

図1. 六本木アートナイト評価フレームワーク（2016）

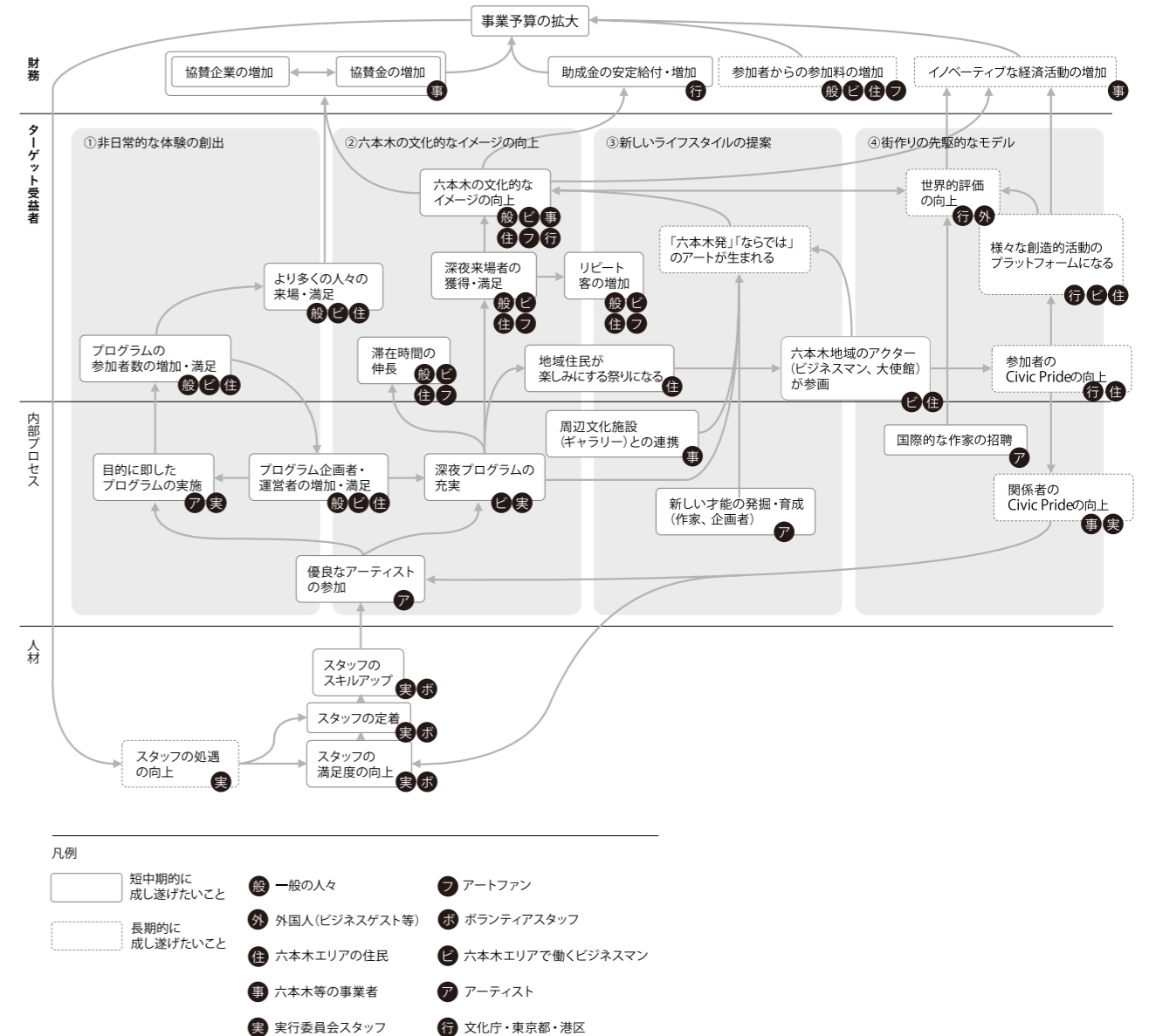


図 2. 受け手のロジックモデル (2018)

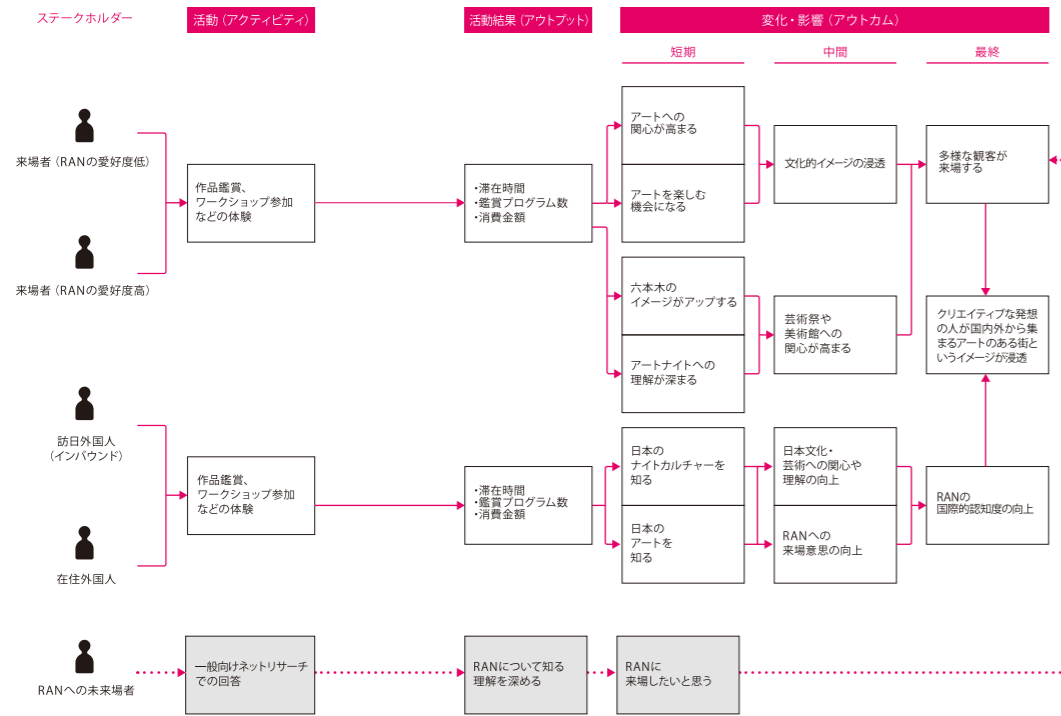


図 3. 作り手のロジックモデル (2018)

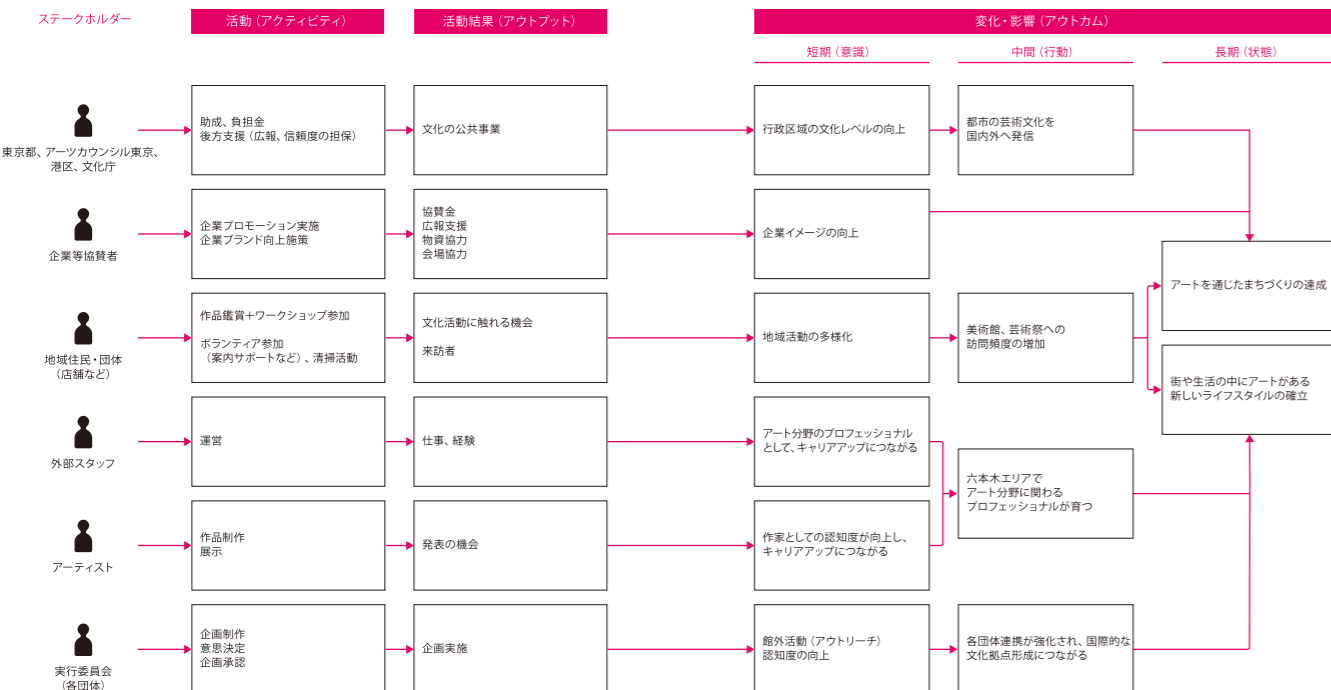


図 4. 六本木アートナイト 2022 の評価結果

評価目的	分析視点	結果
<p>評価目的 I : 「六本木アートナイトが外部環境・鑑賞環境の影響を受けつつどのように対応したのかを明らかにする」</p>	<p>開催形式の変化が、来場者の属性や行動（鑑賞及び消費）に実際にどのような影響があったか</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● 大人数での行動には警戒 ● 飲食費と物販購入費の消費金額の顕著な変化 ● 昼間開催や「作品の斬新さや質」「盛り上がり・一体感」「回遊・案内のわかりづらさ」が満足感に影響する可能性
<p>評価目的 II : 「六本木アートナイトの価値をほぐし、再評価する」</p>	<p>「アートと街をつなぐ装置として」「地域の祭りとして」「国際芸術祭として」の六本木アートナイトの価値を、基本理念やミッションへの達成度合いで確認</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● 来場者のアートへの関心と行動への波及効果を確認 ● 街にアートがしみ、自分の日常との接点となっている ● 地域は祝祭としての認知、六本木の街のブランディングや活性化に影響を与えるポテンシャルを評価 ● 多様・クリエイティブな人が集まるプラットフォームの機能/対話・交流のニーズの顕在化

六本木アートナイトの今後の展開に資するデータ分析と評価を行うこと、そして昨年の評価報告書で「今後の課題」の指摘点である、長期アウトカム「街や生活の中にアートがある新しいライフスタイルの確立」、「アートを通じた街づくりの達成」のロジックモデルの再検討に資するデータ分析と評価を行うこととして、以下の2つの評価設問を設定しました。

これらの評価目的に従って、評価目的 I は主に本年度実施の来場者対象アンケート調査を活用し、評価目的 II では上記に加え今年度実施のステークホルダー対象のヒアリング調査と昨年度実施したオープンコール・プロジェクト参加アーティストへのアンケート調査、地域へのインタビュー調査とアンケート調査などを再活用して分析を行いました。

評価目的 I

2022年度と比較して、開催形式を従来の形(1日限りのオールナイト)に戻した2023年度の開催では、来場者の行動(消費行動も含む)、反応にどのような変化がみられたか、来場者アンケート調査結果を根拠に、特に深夜滞在層の行動特性や意識の分析と、経済波及効果の昨年との比較分析を行うことで、アフターコロナでの鑑賞行動の変化を浮き彫りにする。

評価目的 II

六本木アートナイトの作り手側のロジックモデルにおいて、短期アウトカムがどの程度達成されて中長期アウトカムにつながる見通しが立てられるかを、2023年度までの開催状況と照らし合わせて検証する。

六本木アートナイトの基本理念

『六本木アートナイト』は六本木の街を舞台にした 一夜限りのアートの饗宴です。様々な商業施設や文化施設が集積する六本木の街に、アート作品のみならず、デザイン、音楽、映像、パフォーマンスなどを含む多様な作品を点在させて、非日常的な体験をつくり出します。そして、生活の中でアートを楽しむという新しいライフスタイルを提案します。また、アートと街が一体化することによって、六本木の文化的なイメージを向上させ、東京という大都市における街づくりの先駆的なモデルを創出します。東京を代表するアートの祭典として、さらなる発展を続けます。

評価目的1



評価目的 | 鑑賞行動の変化

1. 来場者アンケート調査回答者の分類と傾向の分析

鑑賞者の行動を分析するにあたり、六本木アートナイト当日とオンラインで実施した公式来場者アンケート調査データを使い、2023年の全般的な傾向をコロナ禍から明けた直後の2022年の傾向と比較分析しながら明らかにしていきます。六本木アートナイトでは、初めて訪れる鑑賞者から10回以上参加している「ベテラン」、また昼間のみ参加から、深夜のプログラムまで参加した鑑賞者まで様々な鑑賞者層が混じりあっています。アンケート調査回答者データを属性で分類し、その分類ごとの行動の傾向の違いを分析することで、アフターコロナにおける鑑賞者の行動特性を明らかにします。アンケート調査実施概要は以下となります。

- ・ 調査実施日：
現場調査：2023年5月27日～28日
ネット調査：2023年5月27日～6月11日

- ・ 調査方法：
現場調査／六本木ヒルズ内の特設ブースにてiPadにて実施
ネット調査／イベント参加者に対するインターネットリサーチ

- ・ 調査対象：当日のイベント参加者
- ・ サンプル数：有効608サンプル（日本語565票、英語43票）

1.1. 属性と分類

回答者の基本プロフィール（性別、年代、職業、居住地など）に加えて、分析のための属性分けは以下のような定義で行いました。

- ・ 満足度：満足、普通／不満（「とても楽しかった」～「楽しかった」、「その他」の6選択肢より「とても楽しかった」「楽しかった」を「満足」、他の選択肢を「普通／不満」に2分類）
- ・ 次回来場：来場意向あり、未定／来場意向なし（「絶対に来場する」「来場する」「わからない」「来場しない」より2分類）
- ・ 滞在時間：L層（3時間以内）、M層（4～9時間）、H層（10時間以上）
- ・ 来場経験：今回が初めて、リピーター
- ・ 港区との関わり：港区在住／在勤／在学、港区在住、港区在勤／在学、それ以外
- ・ 深夜滞在：深夜滞在あり（0時～5時）、深夜滞在なし
- ・ 昼間滞在：昼間滞在あり、昼間滞在なし

次項からは内部資料として共有しているアンケート調査のトータルレビュー、来場調査報告書および各質問とのクロス集計分析をもとに分析を進めます。

1.2. 全般的な特徴

回答者の男女比はおおよそ男性4割、女性6割と女性中心の来場が多い特徴は例年と変わりません。ただコロナ禍で減少していた「学生」の来場が13.5%と7ポイント増加しており（昨年は6.4%）、学生が例年並みに戻ってきました（2010～2019年調査では10.4%～17.9%）。来場人数は「1人」28.5%と昨年の40.5%より減り、「2人」が54.9%（前回43.4%）に増加しました。このような変化はむしろコロナ前のデータと比較すると、例年に戻ってきたと言えるでしょう。1人での来場者の内訳は、男性全体のうち34.8%、女性は24%と男性が多い傾向にありました。特徴的なのは男女共40代以降が1人で来場されている割合が他の年代よりは多いことと、来場のきっかけについて「友人・知人が行くので」と回答した割合が平均20.6%のところ、

20代の男性と若年層の女性においては割合が高く、それぞれ39.3%、34.3%であったことです。若年層と中高年層の鑑賞行動の違いはそれぞれライフステージの変化を捉えているとも言えます。同伴者では「友人・知人」が32.2%と昨年より12ポイント増加しました（図5：水色部分は平均より5ポイント以上高い。灰色部分は平均より5ポイント以上低い）。

特に女性は「友人・知人」と来場する割合が38.4%と高い傾向が見られます。家族と来場する割合はコロナ前より高く、恋人との来場はコロナ前より低いものの、例年の傾向に戻りつつあります。

来場頻度はリピーターが64.9%、初めて来場層は35.1%と例年通りリピーターが6割以上を占めています。来場するきっかけも「毎年来ている」が44.7%とトップで、昨年トップだった「みたいアート作品があったので」は31.6%（昨年は46.1%）とマイナス14ポイントとなりました。昨年が目玉

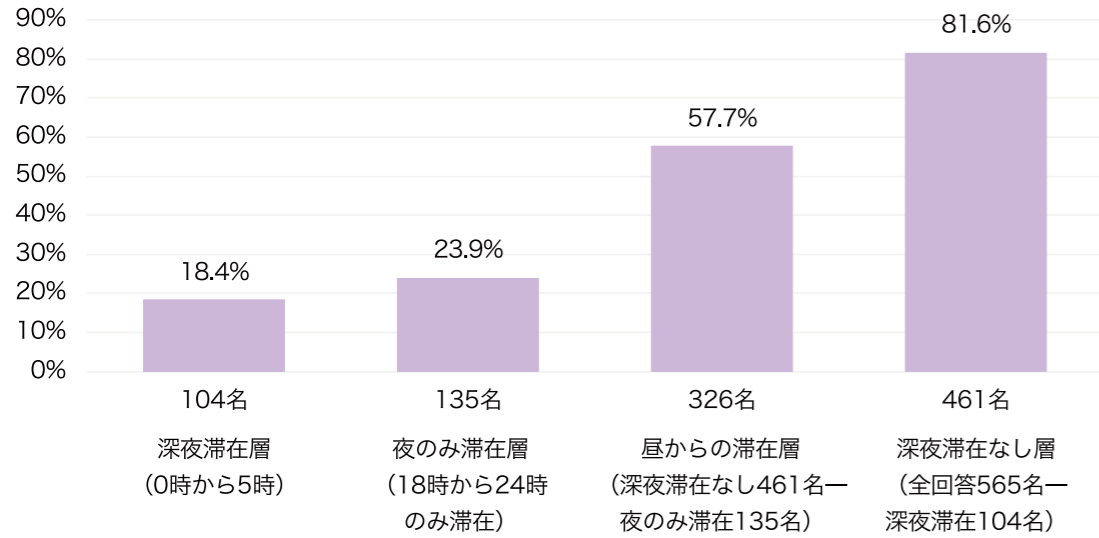
作品の存在感が一般的に大きかったことやコロナ前の数値水準と大きく変わらないこと、またその他の理由もほぼコロナ前の割合に戻ってきたことを考慮に入れると、例年の傾向に戻ってきたと言えます。このように多くの調査項目では例年の鑑賞者の特徴に戻りつつある傾向を指摘することができます。

2023年は昨年と違いオールナイト開催で、コアタイムは27日（土）18:00から28日（日）6:00までで設定されました。回答者の時間帯別の滞在の割合を確認すると（日本語アンケート回答者565名のみ）、まず深夜滞在層（24時から5時までの間に退出）104名（18.4%）、夜のみ滞在層（18:00～24:00）が135名（23.8%）、昼からの滞在層は326名（57.6%）でした。六本木アートナイトの特徴である深夜帯のプログラムに参加しなかった深夜滞在なし層（全回答者から深夜退出者を除いた数）は461名（81.6%）でした。「昼からの滞在層」は「深夜滞在なし層」の461名から夜のみ滞在層

図5. 属性別同伴者・来場人数グラフ

来場同伴者								同伴者人数							
	N=	家族・親戚	友人・知人	恋人	夫婦	職場・学校関係	ひとりで	その他	N=	1人	2人	3人	4人	5人以上	
全体	608	19.9	32.2	9.4	8.7	1.3	28.5	0.0	608	28.5	54.9	9.2	4.4	3.0	
性別	男性	230	18.3	22.6	11.3	10.9	2.2	34.8	0.0	230	34.8	51.7	7.0	2.6	3.9
	女性	362	21.3	38.4	8.0	7.7	0.6	24.0	0.0	362	24.0	57.5	11.0	5.5	1.9
	その他	16	12.5	31.3	12.5	0.0	6.3	37.5	0.0	16	37.5	43.8	0.0	6.3	12.5
性年代	男性：10才代	9	22.2	33.3	11.1	0.0	0.0	33.3	0.0	9	33.3	44.4	22.2	0.0	0.0
	男性：20才代	56	3.6	37.5	25.0	7.1	7.1	19.6	0.0	56	19.6	67.9	5.4	1.8	5.4
	男性：30才代	72	25.0	23.6	11.1	13.9	1.4	25.0	0.0	72	25.0	61.1	6.9	1.4	5.6
	男性：40才代	40	27.5	17.5	2.5	10.0	0.0	42.5	0.0	40	42.5	37.5	10.0	7.5	2.5
	男性：50才代以上	53	17.0	7.5	3.8	13.2	0.0	58.5	0.0	53	58.5	34.0	3.8	1.9	1.9
	女性：10才代	9	33.3	33.3	11.1	0.0	0.0	22.2	0.0	9	22.2	44.4	33.3	0.0	0.0
	女性：20才代	99	10.1	62.6	10.1	1.0	1.0	15.2	0.0	99	15.2	62.6	15.2	4.0	3.0
	女性：30才代	107	22.4	33.6	10.3	10.3	0.9	22.4	0.0	107	22.4	57.9	7.5	10.3	1.9
	女性：40才代	76	26.3	22.4	7.9	14.5	0.0	28.9	0.0	76	28.9	55.3	10.5	2.6	2.6
	女性：50才代以上	71	28.2	29.6	1.4	7.0	0.0	33.8	0.0	71	33.8	53.5	8.5	4.2	0.0
性別未回答	16	12.5	31.3	12.5	0.0	6.3	37.5	0.0	16	37.5	43.8	0.0	6.3	12.5	
満足	満足	534	20.4	33.1	9.2	9.2	1.1	27.0	0.0	534	27.0	54.7	10.1	5.1	3.2
	普通・不満	74	16.2	25.7	10.8	5.4	2.7	39.2	0.0	74	39.2	56.8	2.7	4.0	1.4
来場意向	来場意向あり	546	19.4	33.2	9.5	9.2	1.1	27.7	0.0	546	27.7	55.3	9.5	4.8	2.7
	未定・来場意向なし	47	14.9	27.7	8.5	4.3	4.3	40.4	0.0	47	40.4	53.2	2.1	0.0	4.3
滞在時間	滞在時間L層（3時間以内）	166	21.1	25.3	10.2	6.6	0.6	36.1	0.0	166	36.1	51.2	7.2	4.2	1.2
	滞在時間M層（4-9時間）	253	22.9	29.6	7.9	11.5	1.2	26.9	0.0	253	26.9	55.7	9.5	5.1	2.8
	滞在時間H層（10時間以上）	189	14.8	41.8	10.6	6.9	2.1	23.8	0.0	189	23.8	57.1	10.6	3.7	4.8
来場経験	今回が初めて	208	13.0	45.7	11.5	5.8	1.4	22.6	0.0	208	22.6	60.6	8.2	5.8	2.9
	リピーター	384	22.4	25.8	8.3	10.2	1.3	32.0	0.0	384	32.0	52.1	9.4	3.6	2.9
港区との関わり	港区在住・在勤・在学	43	34.9	20.9	18.6	2.3	0.0	23.3	0.0	43	23.3	58.1	11.6	7.0	0.0
	港区在住	88	34.1	18.2	13.6	8.0	0.0	26.1	0.0	88	26.1	54.5	11.4	5.7	2.3
	港区在勤・在学 それ以外	125	27.2	28.8	10.4	6.4	2.4	24.8	0.0	125	24.8	56.0	11.2	4.0	4.0
滞在夜	深夜滞在あり（0時～5時）	106	14.2	36.8	11.3	10.4	0.9	26.4	0.0	106	26.4	52.8	11.3	3.8	5.7
	深夜滞在なし	502	21.1	31.3	9.0	8.4	1.4	28.9	0.0	502	28.9	55.4	8.8	4.6	2.4
	昼間滞在あり	300	21.0	29.0	8.7	8.0	1.7	31.7	0.0	300	31.7	48.7	11.0	6.0	2.7
	昼間滞在なし	308	18.8	35.4	10.1	9.4	1.0	25.3	0.0	308	25.3	61.0	7.5	2.9	3.2
回答	日本語	565	18.6	32.7	9.2	8.7	1.4	29.4	0.0	565	29.4	54.5	9.0	4.2	2.8
	英語	43	37.2	25.6	11.6	9.3	0.0	16.3	0.0	43	16.3	60.5	11.6	7.0	4.7

図 6. 時間帯別滞在者数の割合



※日本語アンケート回答者565名中

図 7. 満足度の属性別回答の割合

「六本木アートナイト2023」への感想

	N=	とても楽しかった	楽しかった	ふつう	あまり楽しなかった	楽しなかった	その他	楽しかった計	楽しなかった計
全体	608	49.0	38.8	7.6	2.8	1.2	0.7	87.8	4.0
性別									
男性	230	48.3	37.4	10.0	2.2	1.3	0.9	85.7	3.5
女性	362	50.0	39.8	5.8	2.8	1.1	0.6	89.8	3.9
その他	16	37.5	37.5	12.5	12.5	0.0	0.0	75.0	12.5
性×年代									
男性：10才代	9	77.8	11.1	11.1	0.0	0.0	0.0	88.9	0.0
男性：20才代	56	60.7	28.6	5.4	1.8	1.8	1.8	89.3	3.6
男性：30才代	72	43.1	38.9	11.1	2.8	2.8	1.4	82.0	5.6
男性：40才代	40	35.0	57.5	7.5	0.0	0.0	0.0	92.5	0.0
男性：50才代以上	53	47.2	34.0	15.1	3.8	0.0	0.0	81.2	3.8
女性：10才代	9	66.7	22.2	11.1	0.0	0.0	0.0	88.9	0.0
女性：20才代	99	53.5	39.4	4.0	2.0	0.0	1.0	92.9	2.0
女性：30才代	107	46.7	41.1	7.5	3.7	0.9	0.0	87.8	4.6
女性：40才代	76	52.6	38.2	3.9	2.6	2.6	0.0	90.8	5.2
女性：50才代以上	71	45.1	42.3	7.0	2.8	1.4	1.4	87.4	4.2
性別未回答	16	37.5	37.5	12.5	12.5	0.0	0.0	75.0	12.5
満足度									
満足	534	55.8	44.2	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0	0.0
普通・不満	74	0.0	0.0	62.2	23.0	9.5	5.4	0.0	32.5
意来次回場意向									
来場意向あり	546	51.8	39.4	6.6	1.5	0.4	0.4	91.2	1.9
未定・来場意向なし	47	8.5	38.3	21.3	19.1	10.6	2.1	46.8	29.7
滞在時間									
滞在時間L層 (3時間以内)	166	33.1	48.2	12.7	3.0	1.2	1.8	81.3	4.2
滞在時間M層 (4-9時間)	253	50.2	37.5	6.7	3.6	2.0	0.0	87.7	5.6
滞在時間H層 (10時間以上)	189	61.4	32.3	4.2	1.6	0.0	0.5	93.7	1.6
経来会場									
今回が初めて	208	54.8	36.1	5.8	1.4	1.0	1.0	90.9	2.4
リピーター	384	45.1	41.1	8.9	3.4	1.3	0.3	86.2	4.7
滞り									
港区在住・在勤・在学	43	34.9	44.2	9.3	4.7	4.7	2.3	79.1	9.4
港区在住	88	40.9	44.3	9.1	2.3	2.3	1.1	85.2	4.6
港区在勤・在学	125	46.4	38.4	8.8	3.2	2.4	0.8	84.8	5.6
それ以外	438	50.0	38.4	7.1	3.0	0.9	0.7	88.4	3.9
滞在時間									
深夜滞在あり (0時~5時)	106	63.2	28.3	5.7	2.8	0.0	0.0	91.5	2.8
深夜滞在なし	502	46.0	41.0	8.0	2.8	1.4	0.8	87.0	4.2
滞在時間									
昼間滞在あり	300	51.7	37.0	7.3	2.3	1.3	0.3	88.7	3.6
昼間滞在なし	308	46.4	40.6	7.8	3.2	1.0	1.0	87.0	4.2
回答									
日本語	565	48.8	38.9	7.8	2.7	1.2	0.5	87.7	3.9
英語	43	51.2	37.2	4.7	4.7	0.0	2.3	88.4	4.7

(人)

(%)

135名を除いた、コアタイム以外の時間帯に滞在した層、つまりコアタイム以外の27日昼間や28日朝から終了18:00までの日中に滞在した人数となります。整理すると図のようになります*¹ (図6)。

ここで注目したいのは六本木アートナイトの特徴である深夜帯のプログラムを楽しんでいる人たちがおよそ2割で、夜のみ滞在層を加えると、コアタイムのみ(18:00から翌5:00になります。深夜滞在層は昼間から続けて滞在している人数も含みます)に滞在した人は4割、コアタイム以外の時間帯からコアタイム前半(後半の深夜を含まず)のプログラムを楽しんでいる人たちが6割程度であることです。おおよそ夜を楽しむ4割、日中から楽しむ6割ということになります。これは今後、六本木アートナイトが日中と深夜のプログラムの充実を考えるうえで参考となる数値となるでしょう。では本章では六本木アートナイトのアイデンティティとも言える「深夜でもアートが楽しめる」ことにより魅力的に感じて経験してもらうためのヒントを得るべく、次項以降で深夜滞在層に着目し、彼らの声に耳を傾けます。

1.3. 満足度について

満足度は昨年より高く、「楽しかった計」は87.8% (「とても楽しかった」49.0% + 「楽しかった」38.8%)、前回比3.4ポイント増加しました。「とても楽しかった」の割合は11.5ポイント増加の49%で、2012年以來の高さとなりました。また不満層に当たる「楽しなかった計(あまり楽しなかった+楽しなかった)」は4.0%でした。年代別で「楽しかった計」が最も高いのは女性20代で92.9%。「とても楽しかった」が高いのは参考値を含みますが、男性20代以下と女性10代の若年層でした。同様に「とても楽しかった」と回答した割合が49%より高かった層は「滞在時間が10時間以上のH層(61.4%)」「初めて来場層(54.8%)」および「深夜滞在あり(63.2%)」でした(図7)。

満足度に関する回答以外の「六本木アートナイトに来場した後の気持ち」「次回の来場意向」など様々な質問に対する属性ごとの回答を分析すると、滞在時間の長さ、特に深夜滞在とポジティブな回答との相関関係がうかがえます。紙幅が限られるため、要点のみとなりますが簡単に次に整理します。

1.4. 滞在時間10時間以上のH層と深夜滞在層について

滞在時間10時間以上のH層と深夜滞在層は重複する点が多くあります。六本木アートナイトでの体験によって現代アート、アーティストや美術館、自己表現、クリエイティブな発想、多様な価値観への理解が深まる様子と、次回も「絶対来場する」とコミットメントが高く、足を運んだ会場については、六本木ヒルズや美術館を中心に、滞在時間が長くなると街なか各所を巡る傾向にあります。そのため「街を巡って楽しかった」という感想が全体平均65%のところ滞在時間H層74.6%、深夜滞在層71.7%と高評価で、さらに文化施設の認知やイメージの変化も総じて高い傾向にありました。またSNS発信率および他者のSNS検索も高めの傾向で、両層とも6割程度が発信およびチェックしています(平均5割)。スタッフ対応に関しても高評価の傾向にあります。テーマやキュレーションに関しても総じてポジティブな回答をしています。

滞在時間H層は主に若年層(男女10代[参考値]、20代)が多かったことに対し、20時間以上の滞中に限定してみた場合は「男性50代以上」の割合が多かったです。若年層は他の年齢層と相対的に数は少ないですが、滞在時間H層や深夜滞在層の回答と似た傾向を示しています(図8)。

1.5. 滞在時間3時間以内のL層について

次に、滞在時間が3時間以内のL層の傾向につ

図 8.「来場した後の気持ち」の属性別回答の割合

「六本木アートナイト2023」へ来場した後の気持ち

	N=	六本木の持つ新しい魅力と文化を発見した	参加しているアーティストのことをもっと知りたくなった	近い将来、エリア内の美術館に再び訪れたいと思った	自分のライフスタイルにもっとアートを取り入れたと思った	アートを通じて自己表現をしたくなった	クリエイティブな発想に興味を持った	多様な価値観の存在に気付いた	気軽にアートを楽しむことができた、身近に感じるようになった	現代アートについて関心が高まった	当てはまるものはない	
全体	608	37.8	45.2	45.2	27.8	17.3	39.3	31.3	59.0	37.7	2.6	
性別	男性	230	43.0	38.3	43.0	20.0	15.2	42.6	35.7	53.5	34.3	3.9
	女性	362	34.8	49.7	47.2	33.4	18.5	37.6	29.3	63.3	40.3	1.9
	その他	16	31.3	43.8	31.3	12.5	18.8	31.3	12.5	43.8	25.0	0.0
		9	33.3	22.2	33.3	11.1	33.3	44.4	44.4	44.4	55.6	0.0
性×年代	男性：10才代	56	53.6	35.7	46.4	16.1	26.8	42.9	35.7	37.5	28.6	7.1
	男性：20才代	72	51.4	37.5	44.4	25.0	16.7	40.3	38.9	58.3	38.9	2.8
	男性：30才代	40	27.5	32.5	30.0	15.0	7.5	40.0	25.0	60.0	30.0	0.0
	男性：40才代	53	34.0	49.1	49.1	22.6	3.8	47.2	37.7	60.4	34.0	5.7
	男性：50才代以上	9	11.1	55.6	55.6	22.2	33.3	55.6	55.6	66.7	33.3	0.0
	女性：10才代	99	37.4	48.5	48.5	31.3	22.2	41.4	29.3	51.5	43.4	2.0
	女性：20才代	107	37.4	45.8	54.2	37.4	19.6	35.5	24.3	65.4	36.4	0.0
	女性：30才代	76	34.2	59.2	42.1	32.9	19.7	39.5	34.2	71.1	40.8	5.3
	女性：40才代	71	31.0	46.5	39.4	32.4	8.5	31.0	28.2	67.6	42.3	1.4
	女性：50才代以上	16	31.3	43.8	31.3	12.5	18.8	31.3	12.5	43.8	25.0	0.0
	性別未回答	534	41.4	48.5	49.1	28.5	18.4	41.8	32.8	60.9	39.7	0.6
	満足度	満足	74	12.2	21.6	17.6	23.0	9.5	21.6	20.3	45.9	23.0
普通・不満		546	39.0	48.0	47.4	30.0	18.5	40.8	32.4	60.6	39.2	1.5
来場意向	来場意向あり	47	10.6	14.9	19.1	8.5	6.4	25.5	19.1	48.9	29.8	17.0
	未定・来場意向なし	166	39.2	36.7	38.6	22.9	13.3	32.5	21.7	53.0	28.3	2.4
滞在時間	滞在時間L層 (3時間以内)	253	36.4	42.7	42.3	33.2	15.0	40.3	28.1	59.3	39.5	4.3
	滞在時間M層 (4-7時間)	189	38.6	56.1	55.0	24.9	23.8	43.9	43.9	64.0	43.4	0.5
	滞在時間H層 (8時間以上)	208	41.8	41.8	44.2	25.0	21.6	36.5	30.3	55.3	39.4	2.4
観覧状況	今回が初めて	384	34.1	47.4	45.8	30.2	15.4	41.4	32.0	62.2	38.0	2.6
	リピーター	43	39.5	34.9	27.9	32.6	25.6	30.2	27.9	60.5	25.6	7.0
関わり	港区在住・在勤・在学	88	42.0	36.4	27.3	28.4	18.2	36.4	27.3	56.8	36.4	3.4
	港区在住	125	36.0	41.6	40.0	36.8	20.8	41.6	33.6	56.0	25.6	4.0
	港区在勤・在学	438	37.7	47.0	48.6	25.6	16.9	38.4	31.1	60.5	40.2	2.5
滞在時間	深夜滞在あり (0時~5時)	106	31.1	53.8	54.7	28.3	25.5	47.2	46.2	58.5	49.1	0.9
	深夜滞在なし	502	39.2	43.4	43.2	27.7	15.5	37.6	28.1	59.2	35.3	3.0
滞在時間	昼間滞在あり	300	35.0	51.0	47.0	27.7	14.3	38.7	31.7	64.3	39.3	2.7
	昼間滞在なし	308	40.6	39.6	43.5	27.9	20.1	39.9	30.8	53.9	36.0	2.6
回答	日本語	565	35.4	45.1	45.5	28.3	17.5	40.2	31.7	60.4	39.1	2.5
	英語	43	69.8	46.5	41.9	20.9	14.0	27.9	25.6	41.9	18.6	4.7

いて言及します。次回の来場意思是「来場する」の割合が高いものの、「絶対来場する」の割合は平均より10ポイント以上低く、満足度も「楽しかった」は平均より10ポイント多いものの、「とても楽しかった」は16ポイント平均より低く、「普通」という意見も多く見られました。足を運んだ会場数もプログラム数も時間の制限があるので、当然低めの結果となっています。街を巡った感想も、「六本木の知らない一面を見られた(41%)」が平均の34.5%を上回ったものの、他は総じて平均より低めです。例えば「色々な商業施設があることがわかった」は平均ポイントでしたが、「色々な文化施設があることがわかった」「街を巡って楽しかった」が平均より5ポイント以上低く、六本木という街を面ではなく、スポット的な捉え方でとどまっている可

能性があります。SNS発信や他者のSNS検索も総じて発信していない率が平均より高く、検索していない割合が全体平均45.7%を超える6割が検索をしていませんでした。また街のイメージに関する回答でも「文化・芸術のある」に関しては平均(52.5%)より低い(47%)結果となっています。テーマに関しても「テーマを知っていたか」「テーマとプログラムがマッチしていた」の質問に対して平均より5ポイント以上低めの結果でした。これらの結果から言えるのは、滞在時間L層にとって六本木アートのインパクトは、滞在時間H層と比較して総じて低めであることです。

滞在時間L層の主な特徴は「昼間滞在なし」「深夜滞在なし」「初めて来場」「男性40代」「女性40代、50代」でした。コアタイム前半の18:00~24:

00のみの滞在の「夜のみ滞在層」の多くは滞在時間M層かL層のカテゴリーに該当します。「夜のみ滞在層」に対するインパクトの深化は今後、検討の余地があるかもしれません。

1.6. 来場者人数の傾向の変化

1.2. で指摘した通り全体の回答者のうち1人で鑑賞したのが28.5%で、コロナ明け直後の2022年と比較して(40.5%)大きく減少しました。ただこの数値はコロナ前のデータ(2019年調査28.8%、2018年調査29.3%)と比較して横ばいであることから、2022年の数値がコロナの影響であり、例年の傾向に戻ったと言えます。図5を参照すると男女とも中高年層は1人での参加が比較的多いこと(さらに男性40代、50代は2人での来場割合は平均より低い)や、滞在時間L層の36.1%が1人での来場で平均の割合より7ポイント以上高く、また「次回の来場意向がわからない・ない」とネガティブ傾向で回答した人の40.5%が1人で来場したという結果から、来場人数と滞在時間とネガティブな回答の相関関係がある可能性が考えられます。つまり1人で来場の場合、鑑賞・滞在時間が短くなる傾向にあり、街中も回りきれないので、イベントのコンセプトを感じきれないままとなりがちなのでネガティブな回答に結びやすい、という仮説です。一方で六本木アートナイトの「ベテラン」とも言えるリピーターのデータを確認すると、リピーター全体の32%は1人で来場しており、2人(52.1%)より低いものの、「初めて来場」のうち1人で来場した割合(22.6%)よりは高いことから、慣れた人ほど1人で来ている可能性も考えられそうです(図5)。

1.7. 小括

ここまでを振り返ると、滞在時間(特に深夜滞在)が長いことで、六本木アートナイトの目指す目

的(テーマやキュレーション)をより理解、体験できる機会が増え、ひいては高い満足度や次回来場意思につながっている、さらに積極的にSNSを通じたコミュニケーションも行うなど、ライフスタイルとしてアートを楽しみ、街を巡りながら街との関係を作りつつある様子の一端がうかがえました。

去年はオールナイト開催がなかったため、2022年評価報告書では滞在時間の尺による違いの分析よりも「リピーター」「初参加者」の鑑賞行動の違いの分析を主に行いました。しかしオールナイト開催が再開した本年度は、オールナイト開催や滞在時間の尺の違いによる鑑賞行動の違いがより顕著に現れる可能性があると考えられます。2016年に設定した評価フレームワークの「深夜来場者の獲得・満足」および「滞在時間の伸長」の視点から、「深夜滞在層(104名、18.6%)」の行動分析を中心に行うことでそのヒントを探ります。比較対象として「深夜滞在なし層(461名、81.6%)」を設定し、何が違うのか、昨年の評価報告書と同様テキストマイニング分析^{*2}に加えて、今回はAI文章要約ツール^{*3}を用いながらアンケート調査結果をひもといていきます。

2. 深夜滞在層と深夜滞在なし層の比較分析

それでは深夜滞在層と深夜滞在なし層を比較しながら、それぞれの鑑賞行動にどのような特徴があるのか見ていきましょう。アンケートのQ3『六本木アートナイト』でのご自身の体験の感想を自由にお書きください。およびQ4「あなたにとって『六本木アートナイト』を一言で表すと、どのようなイベントですか。」の自由記述回答の比較分析を試みます。

2.1. Q3「体験の感想」

単語分類分析^{*4}での名詞の比較を確認すると、

図9にあるように深夜滞在なし層の特徴として「作品」がハイライトされています。それ以外にも「参加」「六本木」「夜」「普段」「街中」「開催」などがキーワードとして出てきています。深夜滞在層は「体験」が比較的多いことが目を引く程度です。動詞の比較を確認すると、深夜滞在層は「歩く」がハイライトされています。仮説としては深夜滞在なし層はまず「作品」鑑賞と参加に着目し、それが「街中」「普段」へと広がっていく、深夜滞在層は街を「歩き」ながら「体験」することが心象に残っているのでしょうか。さらにQ4でもう少し分析を深めます。

2.2. Q4「六本木アートナイトを一言で表現」

Q4では「あなたにとって『六本木アートナイト』を一言で表すと、どのようなイベントですか。」と聞いています。この質問ではQ3での体験の自由記述ののちに、あらためて自身の体験を逡巡し、六本木アートナイトの特徴に結びつけて端的に表現してもらうことを試みます。この意図は、回答者の考える六本木アートナイトの特徴を描き出すことにあります。

図10の比較で特徴的なのは深夜滞在層が名詞で「日常」「都会」「東京」「自由」「大人」といったキーワードが並ぶのに対し、深夜滞在なし層では形容詞が多く並ぶことです。

そこで深夜滞在層の共起キーワード分析^{*5}を確認すると、図11のようなつながりがわかりました。実際の回答では、複数の「日常の中の非日常を楽しむ」のような表現や「退屈になった六本木の年に一度のワクワク感。」「都会で時間を気にせず、色んなことを感じたり考えたりできるイベント」などの表現が見受けられました。次に全自由記述のAIによる文章要約では「このイベントは、**都会**の非日常を楽しむことができる**お祭り**です。**六本木の夜**の街を散歩しながら、自分自身を取り戻すことができます。**アート**を**身近**に感じることができるイベントであり、**退屈**な**日常**からの逸脱を楽しむことができま

す。このイベントは、都会感と深夜の六本木の雰囲気満喫することができ、**自由**な表現を肯定する**場所**です。また、**アート**好きにとっては特別な週末となるでしょう」となりました（単語分類比較での出現名詞を黒字にてハイライト）。

一方、深夜滞在なし層ではどうでしょうか。全自由記述のAIによる文章要約では「『街中での突然なアートとの出会い』をテーマにした一年に一度のアート祭りが開催されます。このイベントは非日常を身近に感じることができる場所であり、アートを通して現代の情報を得ることができます。参加者はアート作品を楽しむだけでなく、自分自身の表現を見つけるきっかけにもなります。家族や友人と一緒に楽しめるイベントであり、都市の中でのアートカーニバルとも言えるでしょう。このイベントは一晚中開催され、街を体感することができます。様々なアート作品やパフォーマンスがあり、参加者はアートの力をたくさん吸収することができます。このイベントは年に一度の楽しみであり、都会のオアシスとも言えるでしょう」と整理されました。一見深夜滞在層の文章要約と似ていますが、深夜滞在層のヘッドラインが「都会の非日常を楽しむことができるお祭り」であり、都会という場や自由、開放感が中心となっているのと対照的に、深夜滞在なし層では「『街中での突然なアートとの出会い』をテーマにした一年に一度のアート祭り」とアートとの出会いや体験、家族・友人と楽しむことが中心に描かれています。もう少し詳しく見てみましょう。深夜滞在なし層のテキストマイニング分析の名詞と名詞および名詞と動詞のつながりを表す係り受け分析結果を確認すると、どちらも「アート」がほとんどを占めます。階層的クラスタリング^{*6}で全体を捉えると「アート」が最初に分けられるグループとなっていることから、2.1.のQ3「体験の感想」で分析したように「作品」が関心の中心にあることがあらためて理解できます（図12）。形容詞が多かったのも作品が感想の中心となるのであればうなずけます。

同様に深夜滞在層ではどうでしょうか。こちらは

図9.「深夜滞在あり」「深夜滞在なし」単語分類比較

名詞			動詞		
深夜滞在あり (Q3感想)	単語	深夜滞在なし (Q3感想)	深夜滞在あり (Q3感想)	単語	深夜滞在なし (Q3感想)
50	アート	50	50	できる	50
23	作品	77	43	見る	57
33	参加	67	53	感じる	47
34	六本木	66	36	行く	64
53	街	47	52	触れる	48
40	イベント	60	79	歩く	21
60	体験	40	0	しまう	100
46	アートナイト	54	73	いただく	27
42	パフォーマンス	58	0	おる	100
40	展示	60	64	知る	36
51	オールナイト	49	0	くれる	100
43	夜	57	23	出来る	77
44	普段	56	23	違う	77
41	街中	59	70	聞く	30
43	開催	57	0	戻る	100

図10.「深夜滞在あり」「深夜滞在なし」単語分類比較

名詞			形容詞		
深夜滞在あり (Q4...)	単語	深夜滞在なし (Q4...)	深夜滞在あり (Q4...)	単語	深夜滞在なし (Q4...)
50	アート	50	40	楽しい	60
49	祭り	51	97	よい	3
83	日常	17	72	新しい	28
57	イベント	43	0	おもしろい	100
65	六本木	35	0	面白い	100
74	夜	26	0	欲しい	100
93	都会	7	0	素晴らしい	100
74	街	26	0	いい	100
100	真夜中	0	0	おとなしい	100
100	退屈	0	0	こい	100
59	身近	41	0	すごい	100
89	東京	11	0	まぶしい	100
89	自由	11	0	めんどくさい	100
92	場所	8	0	広い	100
92	大人	8	0	清々しい	100

アートよりもむしろ価値観や自由さ、表現、大人、場所、日常に関連した言葉が多く並びます。階層的クラスタリング分析を確認すると「解放」が最初に分けられるグループとなっています（図13）。

図9の比較では深夜滞在層のキーワードで「歩く」が挙がりました。これまでの分析と併せて「歩く」はどのように整理できるでしょうか。

2.3. 分析と考察

これまでの分析を通して、深夜滞在なし層は作品鑑賞を中心に街を巡り、アートや作品と自分との関係

や、家族や友人と一緒に楽しみながら回ることに興味の高さがうかがえました。深夜滞在層はほとんどがコアタイムやそれ以外の時間帯にも滞在していることから、滞在時間H層と重なっています。つまり深夜滞在なし層と同様作品を楽しむことに加えて、滞在時間が長いからこそ作品に対する自身の考えや価値観、表現、自由さについて思いを巡らせ、街なか各所を「歩き」、昼とは違う夜の顔を見せる街に会い、大人の遊び場としての六本木アートナイトや東京へと考えが広がった、と言えるかもしれません。その「解放」にも似た感覚が、「一言で表すと」の表現となり、階層的クラスタリングの分析結果に現れたのではないかと考えられます。深夜滞

図 11. 「深夜滞在あり」の共起キーワード分析結果

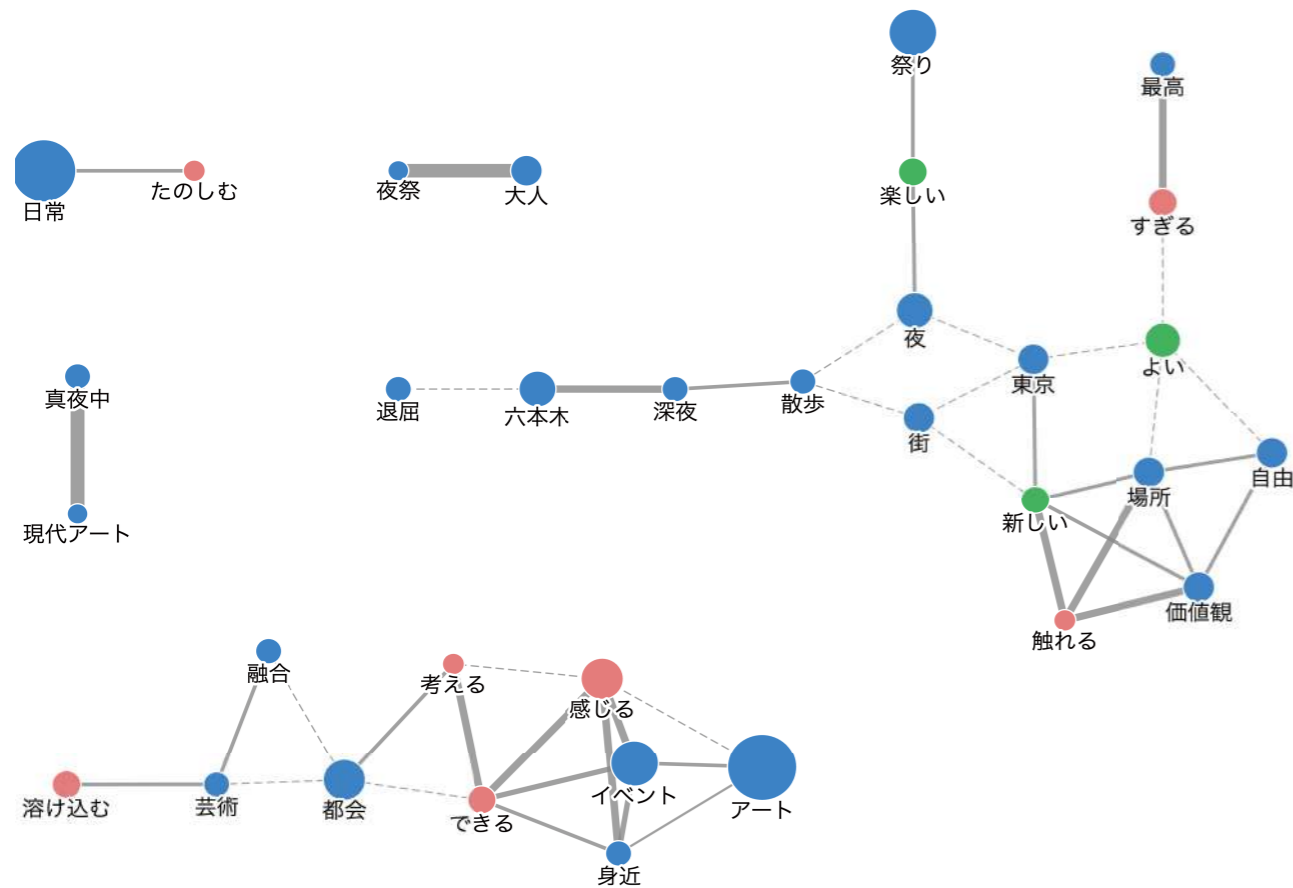


図 12. 「深夜滞在なし」係り受け分析・階層的クラスタリング分析結果

名詞 - 動詞	スコア	出現頻度
アート - 感じる	3.75	5
身近 - 感じる	3.75	5
アート - 浸る	3.00	3
アート - 触れる	2.86	4
六本木 - 行く	2.40	3
友達 - 関わる	1.00	1
アート - 楽しむ	1.00	1
アート - まみれる	1.00	1
アート - 入る	1.00	1
アート - 混じる	1.00	1
アート - 浸かる	1.00	1
アート - 知れる	1.00	1
日常 - 溶け込む	1.00	1
記念日 - 出会う	1.00	1
アートナイト - 出会う	1.00	1

名詞 - 名詞	スコア	出現頻度
アート - 祭り	2.40	11
身近 - 芸術祭	1.50	2
アート - 出会う	1.00	2
アート - 幻想	1.00	1
アート - 扉	1.00	1
アート - 共有	1.00	1
アート - フジロック	1.00	1
アート - 一休庵	1.00	1
アート - 夜あそび	1.00	1
アート - 宝箱	1.00	1
アート - 魔法	1.00	1
アート - 共生	1.00	1
アート - 重要	1.00	1
アート - 距離	1.00	1
日常 - 延長	1.00	1

階層的クラスタリング
 文章中での出現傾向が似た単語をまとまりとしてとらえられるよう樹形図で表したものです。グループは色分けして表示しています。【階層的クラスタリングの詳しい説明】

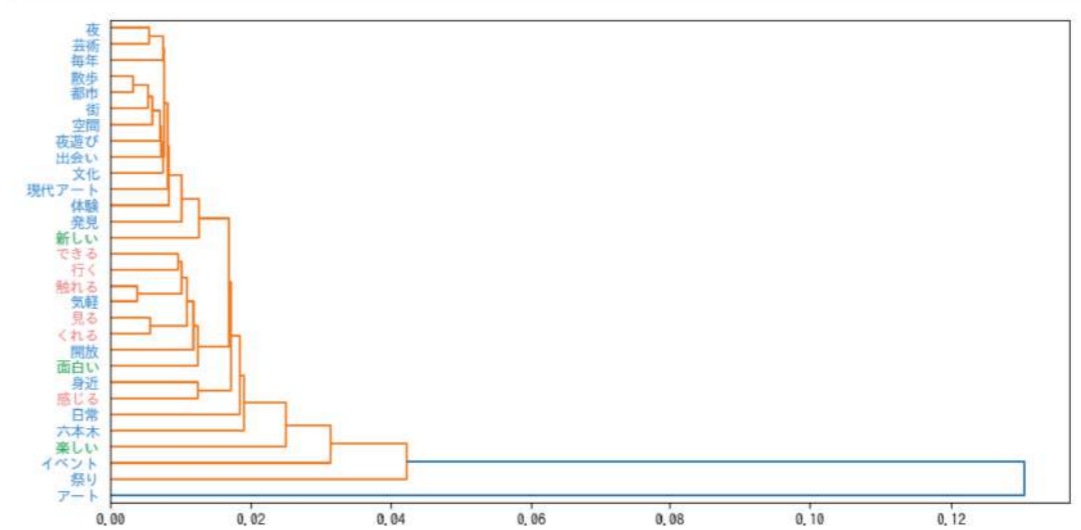
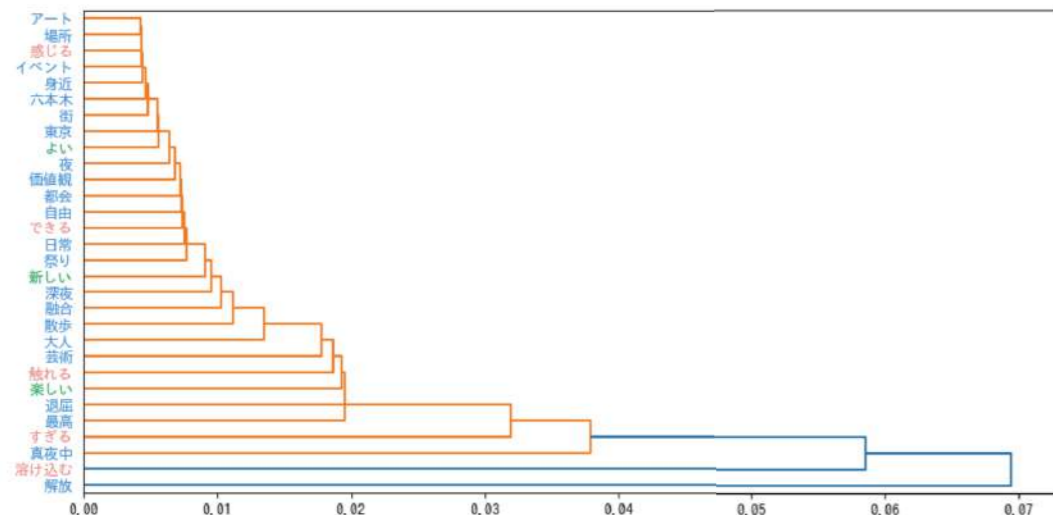


図 13.「深夜滞在あり」係り受け分析・階層的クラスタリング分析結果



階層的クラスタリング

文章中での出現傾向が似た単語をまとまりとしてとらえられるよう樹形図で表したものです。グループは色分けして表示しています。【階層的クラスタリングの詳しい説明】



在層は、自身が作品とじっくり対峙し、逡巡し、解放に向かう時間と、六本木という街の空間全体がその舞台となる、贅沢で大人な鑑賞環境をより楽しむことができたと言えます。これは p.22 の深夜滞在層の共起キーワード分析のところで紹介した「都会で時間を気にせず、色んなことを感じたり考えたりできるイベント」のコメントにも通じます。

ここで 1.6 にて指摘した「1人で来場した層」に関して、これまでの分析と併せて考察すると、滞在人数と滞在時間とネガティブな回答の相関関係は断定できません。しかし日中の時間が短い滞在で、1人で回る場合、作品と向き合う点では何らネガティブさはないものの、先ほどの深夜滞在なし層の特徴の一つである「家族・友人と一緒に楽しむ」点や、作品について話し合う機会が2人以上の来訪に比べると少ない点で、アート鑑賞経験の少ない人であった場合、楽しみ方としてネガティブに感じられやすい面はあった可能性があります。一方で慣れた人ほど1人で来ている可能性も指摘しましたが、アート鑑賞に慣れている人は上記の点もさほど気にならないでしょう。実際に過去の六本木アートナイトの参加を重ねたであろう、男女共40代以降が1人で来場されている割合が他の年代よりは多い結果が出ていますし、リピーターは初めての来訪者と比較して滞在時間が長い傾向にありますので、滞在時間H/M層の傾向に近くなると考えられます。しかしながら数は少なくとも「次回の来場意向がわからない・ない」とネガティブ傾向で回答した人の40.5%が1人で来場したという結果に対して次回の取り組みで検討できるのは、対話やインタラクションの機会、参加型プログラムの検討が考えられます。

また滞在時間H層の主な特徴は若年層（男女10代[参考値]、20代）で、特に20時間以上の滞在は「男性50代以上」の割合が多かったことから、比較的時間を自由に使える若年層と、逆にベテランの大人にアピールできるプログラム展開が検討できそうです。Q7「六本木アートナイト2023に来場するきっかけ（マインド）をお知らせください」の結果では「オールナイトのイベントなので」に多く回答した

のは男性20代、30代、女性10代で、「参加したら面白いことがありそうなので」に多く回答したのは、男性30代、50代、女性20代、滞在時間H層、深夜滞在層でした。つまり深夜帯には先ほど指摘したような、自身が作品とじっくり対峙し、逡巡し、解放に向かう「チルアウト（静かで落ち着いた環境の中、省察を深める）」的な時間だけでなく、「退屈になった六本木の年に一度のワクワク感。」のコメントに代表されるような「面白そう」と感じさせるようなワクワク感も求められていることもわかります。「面白そう」のヒントを探るためにQ8「楽しみにしていたコンテンツはどんなジャンルですか」の回答を確認すると、「音楽系パフォーマンス」を男性30代、女性10代、20代、滞在時間H層、深夜滞在層が多く挙げていました。時間と場を多くの人たちと、その瞬間を共有し一体感が醸成できる、時間芸術である音楽やダンスなどのパフォーマンスのプログラミングも検討できそうです。

Q3の「体験の感想」で「夜の作品をもっとたくさん見たいです!!」やQ4の「一言で表すと」では「わくわく価値観の広がり」などの意見も見られたことから、2016年に設定した評価フレームワークの「深夜来場者の獲得・満足」および「滞在時間の伸長」への提案として、日中の作品鑑賞後に考えを深められるようなチルアウト的な機会を提供するプログラムや、哲学カフェのような対話を誘発するイベント、逆に盛り上がりや一体感の醸成のために、若年層向けの（20代の男女若年層の来場のきっかけは「友人・知人が行くので」と回答した割合が高い）、日中とはまた違った祝祭的な個性際立つパフォーマンス系も差し込む、といったことも分析結果からは考えられます。

3. 鑑賞行動の変化に対する評価

最後に本章のテーマである「鑑賞行動の変化」の評価をします。

分析で取り上げた多くの調査項目で、2023年の

鑑賞行動はコロナ前の鑑賞行動に戻ってきていることが確認できました。加えて満足度は昨年より高く2012年以来の高さとなったことは、コロナ禍を挟んで都市型アートフェスティバルのリアル体験があらためて高く評価されたと言えます。特に「とても楽しかった」の回答が高かったのは若年層と滞在時間H層、初めて来場層および深夜滞在層でした。分析結果では滞在時間（特に深夜滞在）が長いことで、六本木アートナイトの目指す目的（テーマやキュレーション）をより理解、体験できる機会が増え、ひいては高い満足度や次回来場意思につながっている、さらに積極的なSNSを通したコミュニケーションも行うなど、ライフスタイルとしてアートを楽しむ、街を巡ることで自身と街の関係を築いている様子の一端がうかがえました。従って2023年度の六本木アートナイトは、主催者の狙っている効果が鑑賞者の行動に反映していることが確認できたため、有効だったと結論づけられます。

深夜滞在層は滞在時間H層と重複する点が多くあります。滞在時間H層の主な特徴は若年層と男性50代以上でした。ということは、滞在時間が長い人たちは、自分の時間を比較的自由に使える若者と高齢男性が多い、ということです。高齢者は六本木アートナイトのベテランで、大人の楽しみ方、過ごし方がわかっている人たちです。評価フレームワークの「深夜来場者の獲得・満足」および「滞在時間の伸長」の点から今後可能性として注目すべきは若年層でしょう。特に彼らはコロナのためにここ数年の六本木アートナイトのようなアートフェス自体のリアル開催をあまり経験できなかったことから、逆にそのリアル体験を高く評価しています。友人と一緒に参加している率が高い若年層の来訪をさらに呼び込み、長く滞在してもらうこと、今後リピーターに育てることの検討が考えられます。

一方で滞在時間L層の主な特徴は「昼間滞在なし」「深夜滞在なし」「初めて来場」「男性40代」「女性40代、50代」でした。これはファミリー層やアート鑑賞体験の少ない層と重なります。深夜滞在なし層の分析では、作品鑑賞を中心に街を巡り、アート

や作品に気軽に触れられる機会や、家族や友人と一緒に楽しみながら回ることが高く評価されています。今後も引き続きこれまでと同様のプログラミングの充実が期待されます。そのうえで、アンケート調査結果のネガティブな傾向に対応するならば、1人での来場は鑑賞・滞在時間が短くなる傾向にあり、街中も回りきれないので、イベントのコンセプトを感じきれないままとならないように、日中からコアタイム前半はファミリー層とアート鑑賞初心者向けの、対話や参加をより意識したプログラム（例えば初心者向け日本語ガイドツアーの設定など）など考えられるでしょう。

深夜滞在層は、滞在時間が長いからこそ作品に対する自身の考えや価値観、表現、自由さについて思いを巡らして振り返る時間となったり、街なか各所を歩き、昼とは違う夜の顔を見せる街に出会ったりしている様子がわかりました。このような結果が自由記述回答から分析できること自体、現状の深夜帯プログラムも十分に有効であると評価できます。

最後に「鑑賞行動の変化」に対する評価をまとめると、プログラム自体がアフターコロナの鑑賞者の期待に応えられており、鑑賞者もそれらを高く評価している結果となりました。

*1 図7の「昼間滞在あり・なし」「深夜滞在あり・なし」の数と、こちらの「深夜滞在層」「コアタイム以外の滞在層（昼のみ滞在層）」の数が違うのは、対象母数が日本語アンケート回答者のみであること、また図7では土曜日10時台以前～17時台までの滞在、日曜日9時台～17時台までの滞在、いずれかを昼間滞在与定義しているため。本報告書では「深夜滞在」と「夜のみ滞在」以外を「昼間のみ滞在」としている。

*2 テキストマイニングとは、SNSや口コミ、アンケート回答など自由な形式で記述された文章を自然言語処理の技術により単語や文節に分割して、その出現頻度や相関関係、いつ発言されたものなのかといったことを分析し有益な情報を探し出す技術のことである。（見える化エンジンラボ：解説より引用 <https://www.mieruka-engine.com/>）今回はユーザーローカルが無償提供しているテキ

ストマイニングツールを使用する。株式会社ユーザーローカルは早稲田大学の研究をもとに生まれた、人工知能、ビッグデータ分析に特化した技術ベンチャー企業である。

(<https://textmining.userlocal.jp/>)

*3 ユーザーローカルのテキストマイニングツールではAIによる文章要約機能が実装されている。ChatGPTのアルゴリズムと連携し、高精度な要約を生成することができる。

*4 単語出現頻度は回数、一方でスコアについては重要度を表す評価値であり、数値が大きくなるほど重要であることを意味している。テキストマイニングではインターネット上から取得したニュースなどの様々な一般的な文書を調査し、「一般的な文書でよく出る単語は重要ではないため、重み付けを軽くする」、一方「一般的な文書ではあまり出現しないが、調査対象の文書だけによく出現する単語は重視する」仕組みを取り入れている。このような特徴語を抽出するためのロジックとして、一般的にTF-IDF法という統計処理をしている。この手法によって出現回数だけでなく、重要度を加味した値が「スコア」である。スコアが高い単語は、そのテキストを特徴づける単語であると言える。（<https://textmining.userlocal.jp/questions>）

*5 共起とは、一文（改行や「。」などで区切られた各文）の中に、単語のセットが同時に出現するという意味である。共起回数は一緒に出現した回数を指す。一緒に出てくる単語を線で結んだものを「共起ネットワーク」と呼んでいる。（<https://textmining.userlocal.jp/questions>）

*6 出現傾向が似た単語を、似ているものから順にクラスタ（＝グループ）としてまとめていくプロセスを示したものが、階層的クラスタリングである。生物の進化などで使われる樹形図と同様、似たものは近く（左側）で枝分かれし、似ていないものは遠く（右側）で枝分かれしている。これにより出現傾向が似た単語のまとまりを階層的に読み取ることができる。クラスタをまとめるときの各単語、クラスタ間の近さ（出現傾向の類似度）は、クラスタをまとめる縦線の位置が左にあるほど近く、右にあるほど遠くになっており、線の結合通りに順番にまとめられる。例えばクラスタをまとめる位置がグラフの右側にある場合、出現傾向が比較的似ていないため、別々のクラスタとして見る方がよいと考えられる。（<https://textmining.userlocal.jp/questions>）

*7 係り受け解析は語句の「修飾—被修飾」関係を見つめるための解析方法である。ここでは「名詞」

に係る「形容詞」「動詞」「名詞」についての解析結果を表示する。「スコア」は、出現回数やその係り受け関係が全組み合わせのうちに占める割合などを複合的に判断し、独自に算出した数値である。「スコア」が高いほど、よりその係り受け関係が重要であることを示す。（<https://textmining.userlocal.jp/questions>）

1. 経済波及効果の推計

ここでは、「六本木アートナイト 2023」の開催による経済波及効果を推計します。

まず、そもそも「経済波及効果」とは何でしょうか。ある産業に新たな需要が生じたとき、その需要を満たすために生産活動が拡大すると、原材料等の取引を通じて、その需要が生じた産業だけでなく、関連する他の産業の生産活動にも波及します。また、これらの産業で働く人々の雇用者所得（給与等）も増えるため、その所得が消費に回って新たな需要が生まれ、さらに生産を誘発していきます。こうした生産誘発額を足し上げたものが、経済波及効果です。すなわち「六本木アートナイト開催による経済波及効果」とは、六本木アートナイトという新たな需要が生じたことで最終的に誘発される生産金額を指します。

この経済波及効果は、国や地域（都道府県等）が作成している「産業連関表」を用いて推計することができます。産業連関表とは、一定期間（通常1年間）に、財・サービスが各産業部門間でどのように生産し販売されたかについて、行列（マトリックス）の形で一覧表にとりまとめたものです。

用いる産業連関表の種類によって、経済波及効果が及ぶ範囲を設定することができます。国が作成したものであれば全国への波及効果を、都道府県が作成したものであれば当該都道府県内に限った波及効果を計算できます。六本木アートナイトの場合、東京都、アーツカウンシル東京、港区、六本木アートナイト実行委員会が主催者のため、その関心は、日本全国ではなく東京都内に生まれる経済波及効果にあります。そこで「平成27年（2015年）東京都産業連関表」*⁸を用いて「六本木アートナイト2023」の開催にともなう、東京都内における経済波及効果を推計してみましょう。

経済波及効果を計算する際には、対象事業の実施に要する事業費（以下、「事業支出」）が、事業実施による新たな需要となります。それに加えて、六本

木アートナイトのような誘客目的の事業であれば、来場者が事業開催地を訪れることで付帯して生じる交通費・宿泊費・飲食物販費等の消費額（以下、「観光支出」）も新たな需要となります。

そのうえで、事業支出・観光支出の双方において、東京都内の産業による自給率を考慮して、都内では生産できず都外に流出する生産額を除きます。こうして算出された事業支出・観光支出の都内生産金額を合計したものを「直接効果」と呼びます。

この直接効果を産業部門別に分類して「平成27年（2015年）東京都産業連関表を用いた経済波及効果分析ツール（汎用・地域内表版）」*⁹に入力することで、第1次・第2次の間接効果を計算することができます。ここでいう「第1次間接効果」とは、直接効果によって東京都内の各産業の生産が増加した金額を指します。「第2次間接効果」は、直接効果と第1次間接効果によって雇用者所得が増加し、それが新たな消費に向けられることで、都内各産業の生産が増加した金額を指しています。

そして、直接効果、第1次間接効果、第2次間接効果を合計したものが「経済波及効果」になります（東京都の経済波及効果分析ツールでは「総合効果」と呼んでいます）。

以上の手続きに従って「六本木アートナイト2023」の経済波及効果を算出したところ、直接効果1,172百万円、第1次間接効果460百万円、第2次間接効果171百万円、経済波及効果（総合効果）1,803百万円という結果となりました（図14）。

以下では、経済波及効果の具体的な算出プロセスについて解説します。

事業支出

主催者である六本木アートナイト実行委員会より提供された事業支出の実績は156百万円でした。

観光支出

観光支出は、来場者数×1人当たり観光消費単価により推計します。

図14.「六本木アートナイト2023」の経済波及効果の推計結果

経済波及効果 (総合効果)	直接効果	第1次間接効果	第2次間接効果
1,803百万円	1,172百万円	460百万円	171百万円

「六本木アートナイト2023」の来場者数は59.2万人ですが、これは複数の会場の来場者を合算した「延来場者数」です。具体的には「国立新美術館」「国立新美術館前の鴻池朋子《狼ベンチ》《陸にあがる》」「東京ミッドタウン」「サントリー美術館」「21_21 DESIGN SIGHT」「六本木ヒルズ」「六本木ヒルズノースタワー前のジャン・シュウ・ジャン（張徐展）《熱帯複眼 - 動物故事系列 -》」「森美術館」「街なか各所」の9ヶ所の来場者数の実測値を合算した数字になっています。例えば、1人の来場者が「東京ミッドタウン」と「六本木ヒルズ」の2ヶ所を訪れば、2人と数えます。このように、会場ごとの来場者数を足し上げた延来場者数を公式の数字として発表する方式は、全国各地の芸術祭でも採用されています。六本木アートナイトでも第1回から採用しており、データの継続性の観点から今後も用いていくでしょう。

しかしながら、観光支出を推計するには延来場者数からダブルカウントを除いた「実来場者数」を用いる必要があります。ただし、六本木アートナイトのように街なかに広域展開する都市型芸術祭の場合、実来場者数を実測するのは困難なため、来場者に対して行ったアンケートの結果から推計します。

2023年の来場者アンケートは有効サンプル数608人を確保しました。このうち、オンライン・プログラムである「六本木アートナイト・デジタル」のみを鑑賞した4人は六本木のリアル会場を訪問しておらず、消費行動を行っていません。この4人を除いた604人が、実際に訪れた会場は延2,519ヶ所でした。すなわちアンケート上は、延来場者数

2,519人に対応する実来場者数は604人となり、平均して1人当たり4.17ヶ所（= 2,519 / 604）を回遊している計算になります。

この関係が、全体での延来場者数59.2万人にも成り立っていると考えると、実来場者数を14.2万人（= 59.2 / 4.17）と推計しました。

次に1人当たり観光消費単価については、平均使用金額で合計7,330円という金額を得ています。その内訳は、六本木までの往復の交通費1,669円、宿泊費（宿泊費0円の日帰り客も含めた1人当たり平均宿泊費）1,298円、入場料（一部の有料イベント）726円、飲食費2,761円、物販購入費518円、それ以外に使った金額358円となっています*¹⁰（図15）。

このため、観光支出を1,041百万円（= 14.2万人×7,330円/人）と推計しました。

直接効果

事業支出は東京都産業連関表における平均的な東京都内自給率を考慮し、観光支出は基本的に全額が東京都内で生産される*¹¹とみなして、直接効果を1,172百万円と推計しました。

第1次・第2次間接効果

直接効果1,172百万円を東京都の分析ツールに入力した結果、第1次間接効果460百万円、第2次間接効果171百万円を得ました。

経済波及効果（総合効果）

直接効果1,172百万円 + 第1次間接効果460

図 15. 1人あたり観光消費単価（平均使用金額）

使用科目	平均使用金額		前年比 (増減額)
	2023年	2022年	
交通費	1,669円	1,574円	95円
宿泊費	1,298円	809円	489円
入場料	726円	848円	▲ 122円
飲食費	2,761円	3,784円	▲ 1,023円
物販購入費	518円	4,306円	▲ 3,788円
それ以外	358円	1,087円	▲ 729円
合計金額	7,330円	12,407円	▲ 5,077円

※四捨五入の関係で合計が一致しないことがあります

百万円 + 第2次間接効果 171百万円により、経済波及効果は 1,803百万円と推計されます。

以上に示した経済波及効果の具体的な算出プロセスをフローチャートで示します（図 16）。

2. 六本木アートナイト 2022 の経済波及効果との比較

六本木アートナイト 2023 の経済波及効果 1,803百万円を、2022 年の実績 2,649百万円と比較すると、前年比 32%の減少になりました。経済波及効果の推計根拠となった主要データ（図 17）を比較すると、1人当たりの観光消費単価（平均使用金額）が 12,407円から 7,330円へと前年比 41%減となったのが主な理由だとわかります。

これは、前年の事業評価報告書でも指摘しましたが、六本木アートナイト 2022 はこれまでの夜間開催とは違い、昼間 3日間の開催であったことが原因と考えられます。日中開催のため、多くの商業施設や飲食店の営業時間中であったこともあり、鑑賞のついでに買い物や飲食を楽しむ来場者が全体的に多かったと推測されます。

今年は再び夜間開催に戻ったことで平均使用金額が減少したもので、旧に復したと捉えるのが適切でしょう。むしろ、これまでの使用金額の推移（図 18）を見ると、夜間開催に戻った 2023 年の使用金額 7,330円は、2015 年の 8,492円に次いで高いことがわかります。7千円台という今年の水準が今後も続くのか、近年の 5～6千円台にまで戻るのかは、今後の見極めが必要です。

最後に「経済波及効果」の意義と限界を説明します。文化芸術が生み出す経済波及効果は、文化芸術活動の産業面での成長・発展を促し、文化芸術に公的資金を投資する意義を社会に理解してもらううえで、重要な効果といえます。しかし、文化芸術振興に限らずあらゆる政策にはそれぞれ本来の目的があり、経済波及効果はあくまで副次的な効果に止まる点には注意を要します。

例えば「六本木アートナイト事業評価報告書 2018」は、六本木アートナイトの最終的なアウトカム（成果）を「多様な観客が来場する」「クリエイティブな発想の人が国内外から集まるアートのある街というイメージが浸透」「六本木アートナイトの国際的認知度の向上」と位置づけました。今年の経済波及効果は前年比で減少しましたが、そのことに過度に焦点が当たること、本来目指すべきこ

図 16. 経済波及効果推計のフローチャート

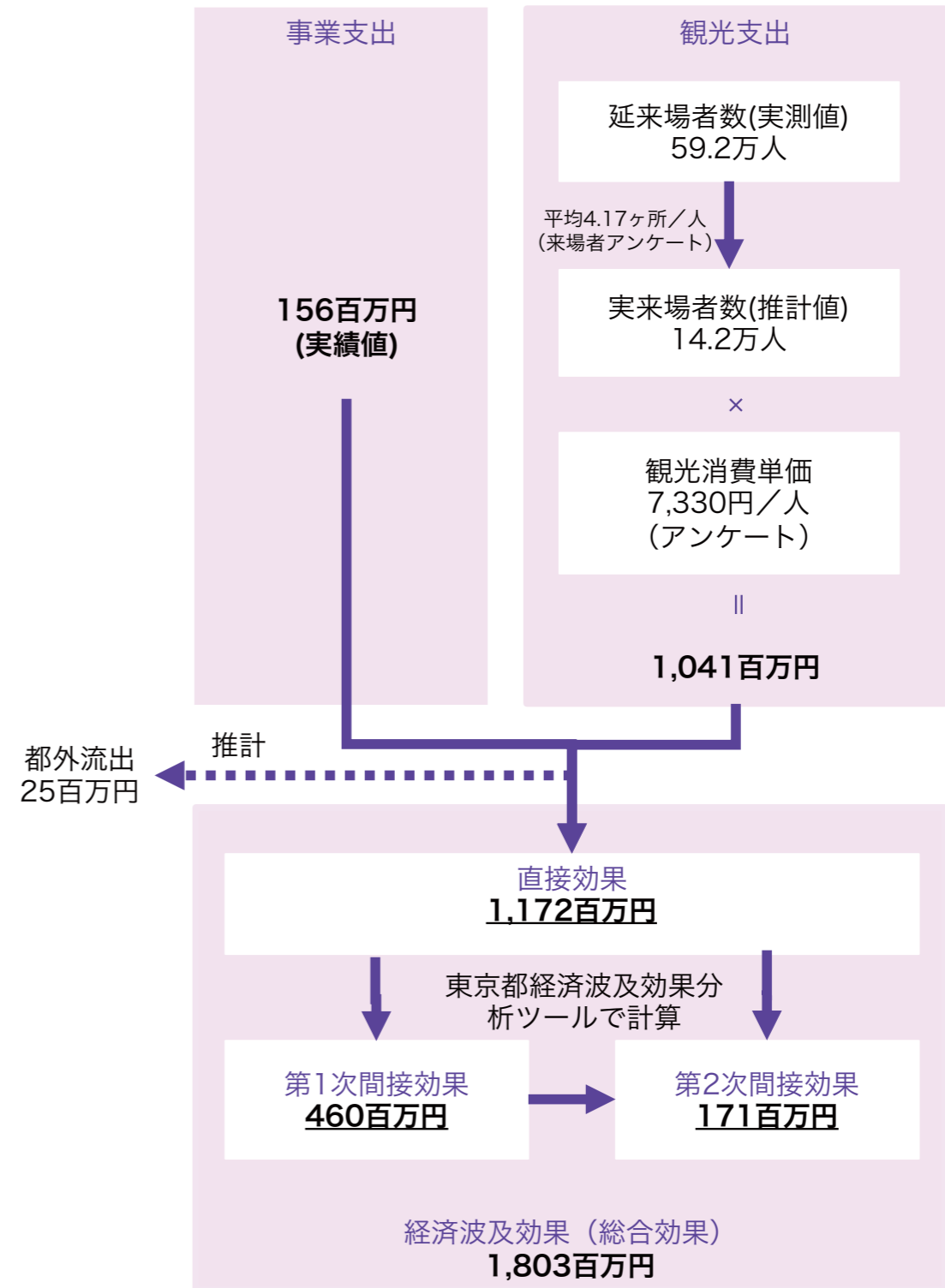


図 17. 経済波及効果 主要データ

科目	2023年	2022年	前年比（増減率）
事業支出	156百万円	183百万円	▲15%
観光支出	1,041百万円	1,563百万円	▲33%
延来場者数	59.2万人	62.3万人	▲5%
平均来訪会場数	4.17ヶ所	4.94ヶ所	▲16%
実来場者数	14.2万人	12.6万人	13%
1人当たり観光消費単価（平均使用金額）	7,330円	12,407円	▲41%
直接効果	1,172百万円	1,725百万円	▲32%
第1次間接効果	460百万円	651百万円	▲29%
第2次間接効果	171百万円	272百万円	▲37%
経済波及効果（総合効果）	1,803百万円	2,649百万円	▲32%

図 18. 1人当たり観光消費単価（平均使用金額）の推移

	平均使用金額
2023年	7,330 円
2022年	12,407 円
2019年	4,669 円
2018年	5,871 円
2017年	5,104 円
2016年	5,794 円
2015年	8,492 円
2014年	6,962 円
2013年	4,763 円
2012年	6,519 円

したアウトカムが軽視されることがあってはなりません。

経済波及効果の推計には多くの仮定と限界があることを踏まえて、その結果を読み解いていくことが重要です。

* 8 産業連関表は原則として、西暦の末尾が0および5の年を対象年として作成されます。東京都の最新の産業連関表は、平成27年（2015年）を対象年とした産業連関表（令和3年3月発行）になります。東京都総務局統計部の公式ウェブサイト「東京都の統計」の次のページからダウンロード

できます。
<https://www.toukei.metro.tokyo.lg.jp/sanren/2015/sr15t1.htm>

* 9 「平成27年（2015年）東京都産業連関表を用いた経済波及効果分析ツール（汎用・地域内表版）」は、次のページからダウンロードできます。
<https://www.toukei.metro.tokyo.lg.jp/sanren/sr-tool.htm>

* 10 直接効果の把握に際しては、事業支出と観光支出の間で支出のダブルカウントを避ける必要があります。例えば、事業支出の一部を入場料やグッズ販売の収入で資金調達している芸術祭の場合、観光支出にもこれらの金額を加えるとダブルカウントになってしまいます。六本木ア

トナイトの場合、ほとんどのプログラムを無料で鑑賞できますが、この事業に参加しているミュージアム（国立新美術館、サントリー美術館、21_21 DESIGN SIGHT、森美術館等）で来場者が支払った入場チケット代や図録・グッズ代は、来場者アンケートの「入場料」「物販購入費」に含まれます。ただし、各ミュージアムが提供している展覧会の事業費はミュージアムごとに独自予算で賄われており、六本木アートナイト本体の事業支出156百万円には含まれないため、ここでは事業支出と観光支出のダブルカウントは生じていないと判断しました。

* 11 厳密には、観光支出のうち「六本木までの往復の交通費」は、一部が東京都外に流出している可能性があります。しかしながら、六本木アートナイトの来場者の多くは首都圏在住で、平均交通費も1,669円と比較的安価なことから、交通費の都外流出は少額と判断して、観光支出全額を直接効果とみなしました。

評価目的 II

評価目的 II

本章においては、本評価目的IIである「六本木アートナイトの作り手側のロジックモデルにおいて、短期アウトカムがどの程度達成されて中長期アウトカムにつながる見通しが立てられるかを、2023年度までの開催状況と照らし合わせて検証する」ことを目指し、2023年度開催から数年遡りながら情報を得られる範囲で、六本木アートナイトの作り手側の関係者の変化について深掘りすることとします。

ここで検証対象となった短期・中間アウトカムは、2018年度の事業評価報告書で提示されたもので、特に「作り手」側の各関係者に及ぶ変化を意味しています（図3）。同ロジックモデルの「受け手」側で目指したアウトカム（図2）の達成状況については、2022年度の事業評価で「ある程度達成している」と結論づけられたので、本年度評価においては「作り手」側に着目することにしました。

東京都や港区の文化芸術振興施策の一環として位置づけられ、公的資金も活用され開催される一大芸術祭の六本木アートナイトは、参加して作品を鑑賞する側だけではなく、実際にアートナイトを企画・運用に関わる数多くのステークホルダーにも事業インパクトをもたらすという仮説に基づいて実施されてきました。本年度においては、紙面の制約も踏まえて、特に①地域住民・団体、②外部スタッフ、③アーティスト、④実行委員会、そして⑤行政機関の5つの作り手の変化や見えている価値を明らかにします*¹²。

1. 地域住民・団体の変化や見える価値

作り手のロジックモデル、すなわち事業の関係者の変化の仮説として、地域住民や団体は、「作品鑑賞やワークショップ参加（活動）」あるいは「ボランティア参加、清掃活動（活動）」などを通じて「文化活動に触れる機会や来訪者としての体験（アウトプット）」を得て、短期アウトカムの「地域活動の多様化」そしてひいては中間アウトカムの「美術館、芸術祭への訪問頻度の増加」が変化として起きるこ

とを想定しています。この仮説をたどって、六本木アートナイトにおける住民に関するデータを以下整理します。なおここにおける「地域住民」とは広義においては港区在住・在勤・在学の方を指しますが、母数が非常に大きいため、ロジックモデルで表現されている変化が実際に期待されているのは六本木アートナイトに関わっているそのうちの一部の関係人口と定義します（本評価での「地域住民」は六本木アートナイトに来場した港区在住・在勤・在学者とする）。

1.1. 地域住民による六本木アートナイトの鑑賞活動

実際の六本木アートナイトの来場者のうち、何パーセントが地域住民の方であるかは今回の評価では正確に把握できませんが、来場者アンケート調査の中では、全来場者のうち港区在住・在勤・在学の来場者は2023年度は28%（2019年度は21%、2022年度は21%）との回答がある通り、大きな比重を占めていることがうかがえます。一般の来場者と比較して、滞在時間が「3時間以内」と回答した方が最も多く、滞在時間が短めであると同時に参加鑑賞プログラム数も少なめ（8.2、全体としては平均9.2）ですが、地の利を活かしてより街なかプログラムに参加率が高いことも特徴として出ています。

もうひとつの特徴としては、圧倒的にリピーター率が高いことです。図19にある通り、六本木アートナイト元年（2009年）から参加している人も少なくなく、2018年度以降においては、約半数前後の方が参加されていることがデータから読み取れます。

1.2. 地域住民の六本木アートナイトでの体験

ここでは、地域住民が六本木アートナイトにおい

図 19. 過去の六本木アートナイトの参加経験

	N=	六本木アートナイト2009に参加	六本木アートナイト2010に参加	六本木アートナイト2012に参加	六本木アートナイト2013に参加	六本木アートナイト2014に参加	六本木アートナイト2015に参加	六本木アートナイト2016に参加	六本木アートナイト2017に参加	六本木アートナイト2018に参加	六本木アートナイト2019に参加	六本木アートナイト2022に参加	今回が初めての参加	
全体	592	11.3	13.0	18.4	18.9	21.5	24.7	30.1	36.1	42.2	44.8	37.8	35.1	
港区との関わり	港区在住・在勤・在学	43	20.9	23.3	27.9	30.2	32.6	39.5	41.9	39.5	58.1	53.5	51.2	18.6
	港区在住	88	18.2	20.5	25.0	27.3	29.5	34.1	36.4	40.9	55.7	58.0	46.6	22.7
	港区在勤・在学	125	12.8	18.4	21.6	21.6	25.6	32.0	34.4	40.0	48.8	47.2	42.4	22.4
	それ以外	422	10.4	10.9	17.1	17.5	19.7	22.0	28.7	34.4	39.1	42.2	36.0	39.8

(%) ※2011年は東北地方太平洋沖地震のため中止 ※2020年・2021年は新型コロナウイルス感染症拡大のため中止

図 20. 六本木アートナイトにおける地域住民の参加型プログラム一部抜粋

2009	<p>【広域プログラム】</p> <p>■平野治朗《GINGA》@六本木 地元ではなく広く一般参加によるパレード。事前にJ-WAVE とタイアップして募集した700人強の人々が光る風船を手にして六本木を巡るパレード</p>
2014	<p>■西尾美也「カラダひとつプロジェクト」 事前に六本木エリアで古着を集めて、集まった古着をもとに仮説の工房でパッチワーク作品を製作し、当日のインスタレーション作品とした。地元の方々や一般から参加したスタッフが約3ヶ月にわたって関わった</p> <p>■「六本木パレード（ふわりたいながれたいつなぎたい）」 一般参加も含め130人による六本木を巡るパレード。事前の練習なども行ったコスチューム作りには一部上記の「カラダひとつプロジェクトが」関わった</p>
2015～18	<p>■「六本木アートナイトをもっと楽しむガイドツアー」 ガイド役を広く一般から募集し事前のワークショップで複数のガイドツアーを計画し、当日参加者を募ってツアーを行った</p>
2017	<p>■ナウイン・ラワンチャイクン「OKのまつり」 六本木エリアの住人を取材しフィルム作品を制作し、当日の上映やトークなどを中心としたイベント</p> <p>■ネオ・アンゴノ・アーティスト・コレクティブ「巨人と歩く：彼らは私たちと同じ」 フィリピンのアーティスト集団と六本木の地元住民が木材と布による巨大な人形を事前のワークショップによって多数制作し当日六本木の様々な場所でインスタレーションを実施</p>
2019	<p>■チェ・ジョンファ「みんなで集めよう」 プラスチック製の大量生産品や一般の台所用品などを寄付してもらい事前の一般参加によるワークショップで作品制作し、当日国立新美術館とトライセブン六本木でインスタレーションを実施</p> <p>■西尾美也「着がえる公園」 地域住民からバジャマを借用して展示するプログラム</p>
2022	<p>■岩田とも子+港区立六本木中学校美術部「地面をつかまえる-六本木の地図づくり」 六本木中学校美術部学生が木片を用いた地図づくりに参加（約2年間）</p>
2023	<p>■西尾美也+東京藝術大学学生「もうひとつの3拠点：六本木中学校／狂ってしまった時計」 港区立六本木中学校美術部学生がツアープログラムの検討、ガイドとして参加（約半年間）</p> <p>■西尾美也+東京藝術大学学生「もうひとつの3拠点：三河台公園／カーテンをゆく」 住民の皆さんからカーテンを借用して作品を制作</p>

出所：六本木アートナイト実行委員会事務局、2023

てどのような体験をされているか、より深掘りしていきます。今まで六本木アートナイトが、地域住民に対して（多くは地元の住民に限定していない）参加を促すためのプログラムや仕組みとして実施してきたものを図 20 にまとめました。2009 年以降、多様な形で展開してきたことがうかがえます。

上記に加えて、2018 年から六本木ヒルズ・森美術館独自のプログラムとして行われてきた「まちと美術館のプログラム：つむぐプロジェクト」においては、六本木ヒルズ自治会共催で自治会員のみならず地域からの参加希望者が、数ヶ月にわたって作品制作をし、六本木アートナイトを作品のお披露目の場として活用している例もあります（2018、2019、2022、2023）。2023 年度においては、「紡舞プロジェクト」が実施され「都市と人の成熟」をテーマに身体を使ったコミュニケーションやメッセージの伝え方についての表現がパフォーマンスとして六本木アートナイト開催中に披露されました*¹³。

作品の鑑賞や表現活動に加え、地域住民が六本木アートナイトに「参加」するもうひとつの手段として、ボランティア活動が挙げられます。以下に3つ、地域住民によるボランティア活動をご紹介します。

■清掃活動（2009～）

六本木アートナイト期間の朝に、住民のボランティアの方が街中を清掃する活動は 2009 年から毎年実施されています。2023 年は「六本木をきれいにする会」と「六本木クリーンアップ」という2団体が合同でアートナイトスペシャルとして、恒例の清掃活動をリードしました。

■パトロール（2009～）

清掃活動同様、2009 年から六本木安全安心パトロール隊が中心になって継続して実施。六本木安全安心パトロール隊は商店街振興組合が主導しているものですが、実態は組合メンバーと地元の警備会社であるエグゼクティブ・プロテクションのスタッフの方。

■「六本木アートナイトをもっと楽しむガイドツアー」（2015～2018）

ガイド役を広く一般から募集し事前のワークショップで複数のガイドツアーを計画し、当日参加者を募ってツアーを行いました。

地域住民対象の参加型プログラムも、ボランティア活動も、参加した地域住民の総数はそう多くはないかもしれませんが、しかし六本木アートナイトの関係人口として、積極的にアートナイトに関わりを持ち、毎年六本木地域で開催するにあたって重要な役割を果たしてきたと結論づけられます。

1.3. 地域住民の変化

2023 年度の鑑賞者アンケート調査のデータに戻りましょう。港区在住・在勤・在学の地域の方による六本木アートナイトに対しての満足度は 87%（全体 88%）と一般の来場者平均とそう傾向に差はありませんが、図 21 にある通り、鑑賞後の六本木の「街」としてのイメージの変化においてはよりよくなった傾向がみられます。

六本木アートナイトを開催することによって、六本木の「街」としてイメージがよくなることは、地域住民が外から来る来場者に期待することとしてよく挙げられますが、アンケート結果では、地域外の人よりも地域住民の鑑賞者のほうが六本木の「街」としてのイメージがよくなったことが明らかになりました。普段見慣れた風景が、アート作品によってより魅力的に映り、街のよさが再発見されたことが想像できます。

一方で、これらの「文化活動に触れる機会や来訪者としての体験」が実際に短期アウトカムの「地域活動の多様化」そしてひいては中間アウトカムの「美術館、芸術祭への訪問頻度の増加」につながっているかという問いに関しては、来場者アンケートデータからははっきりとした結果は得られませんでした。ロジックモデルにおける「地域活動の多様化」

図 21. 六本木の「街」としてのイメージ変化

		N=	イメージが良くなった	ややイメージが良くなった	変化はない	ややイメージが悪くなった	イメージが悪くなった	良くなった計	悪くなった計
全体		593	36.3	25.6	36.11	.2	0.8	61.92	.0
港区との関わり	港区在住・在勤・在学	43	41.9	30.2	25.60	.0	2.3	72.12	.3
	港区在住	88	40.9	26.1	31.80	.0	1.1	67.01	.1
	港区在勤・在学	125	38.4	25.6	35.20	.0	0.86	4.00	.8
	それ以外	423	35.2	26.0	36.21	.7	0.9	61.22	.6

図 22. 「六本木アートナイト 2023」へ来場した後の気持ち

		N=	六本木の持つ新しい魅力と文化を発見した	参加しているアーティストのことをもっと知りたくなった	近い将来、エリア内の美術館に再び訪れたいと思った	自分のライフスタイルにもっとアートを取り入れたらいいと思った	アートを通じて自己表現をしたくなった	クリエイティブな発想に興味を持った	多様な価値観の存在に気付いた	気軽にアートを楽しむことができた、身近に感じるようになった	現代アートについて関心が高まった	当てはまるものはない
全体		608	37.8	45.2	45.2	27.8	17.3	39.3	31.3	59.0	37.7	2.6
港区との関わり	港区在住・在勤・在学	43	39.5	34.9	27.9	32.6	25.6	30.2	27.9	60.5	25.6	7.0
	港区在住	88	42.0	36.4	27.3	28.4	18.2	36.4	27.3	56.8	36.4	3.4
	港区在勤・在学	125	36.0	41.6	40.0	36.8	20.8	41.6	33.6	56.0	25.6	4.0
	それ以外	438	37.7	47.0	48.6	25.6	16.9	38.4	31.1	60.5	40.2	2.5

図 23. 参加後の変化

		N=	はい	変わらない	いいえ
全体		384	66.1	32.8	1.0
港区との関わり	港区在住・在勤・在学	35	68.6	31.4	0.0
	港区在住	68	66.2	33.8	0.0
	港区在勤・在学	97	66.0	33.0	1.0
	それ以外	254	66.5	32.3	1.2

		N=	はい	変わらない	いいえ
全体		384	55.7	43.0	1.3
港区との関わり	港区在住・在勤・在学	35	51.4	48.6	0.0
	港区在住	68	50.0	50.0	0.0
	港区在勤・在学	97	53.6	45.4	1.0
	それ以外	254	57.5	40.9	1.6

図 24. 地域の祭りとしての「六本木アートナイト」に今後何を期待するか

		N=	今まで六本木に来なかったような人、六本木にきてもらうこと	賑わいによる、地域の活性化	来場者による経済効果	六本木という街のイメージアップ	アート作品を身近で鑑賞することができる機会	クリエイティブな人たちが集まり、六本木ならではの文化を生み出すこと	お祭りのようなコミュニティが醸成されるようになること	家族連れや若者が集まりやすくなること	住民が六本木地域に対して愛着をもつこと	多様性を尊重する文化の醸成	その他
全体		170	43.5	39.4	28.2	43.5	72.4	51.8	27.6	21.2	17.1	22.4	0.6
港区との関わり	港区在住・在勤・在学	43	51.2	46.5	23.3	44.2	67.4	65.1	25.6	20.9	23.3	23.3	0.0
	港区在住	88	51.1	44.3	35.2	44.3	72.7	56.8	28.4	21.6	23.9	20.5	0.0
	港区在勤・在学	125	40.8	38.4	21.6	43.2	70.4	52.8	26.4	20.8	14.4	24.0	0.8

が具体的に何を意味するかによりませんが、港区と関わりを持った来場者に六本木アートナイトに来場した後の気持ちを聞いたところ、少なくとも図 22 にある通り「自分のライフスタイルにもっとアートを取り入れたいと思った」「アートを通じて自己表現をしたくなった」という項目においては、地域住民の方が一般回答者より強く感じた傾向が判明しました。アート鑑賞そのものが大きな目的というより、アートとのゆるやかな関わりを毎年持ち、六本木アートナイトの作品とこのようなアートイベントを開催している六本木地域やそでの生活を楽しむ姿が垣間見られるように感じます。しかし、そのような住民の中から一部、さらにアートをライフスタイルに取り入れたり、アートを通じて自己表現したりする等、文化芸術活動に対してより主体的に取り組むようになる人が増え、六本木として多様な地域活動につながるというロジックは机上で描けなくはないですが、実際にそのような地域活動の変化があるとの報告は、一般評価においては見つかりませんでした。

さらに先に想定した中間アウトカムである「美術館、芸術祭への訪問頻度の増加」においては、図 22 で「近い将来、エリア内の美術館に再び訪れたいと思った」「現代アートについて関心が高まった」と回答した地域住民は一般回答者より割合が低い傾向がみられます。

図 23 においては、別途アンケートで「参加後に『美術館やギャラリー、他のアートフェスティバル』に興味を持つようになったか」という質問に対しての回答を分析しています。

地域住民においては「興味を持つようになった」と回答した割合が 6～7 割程度、そして「実際に行くようになった」と回答した人は約 5 割程度です。この傾向は一般回答者とほぼ同じか「変わらない」と回答した回答者がより多い傾向がみられますが、総括してゆるやかに変化が見られるといえるのではないのでしょうか。もし同じ質問に対して、前節 1.2 で挙げた各参加プログラムやボランティア活動に活発に参加している地域住民だけに絞って回答を得ら

れたなら、より明確な変化がみられたかもしれませんが、現時点では中間アウトカム「美術館、芸術祭への訪問頻度の増加」の達成見込みはある程度立つと結論づけられます

最後に、地域住民の来場者が地域の祭りとしての「六本木アートナイト」に今後何を期待するかに焦点をあてたアンケート結果を見てみましょう。図 24 の通り、全体平均と比較して港区と関わりのある回答者は、「クリエイティブな人たちが集まり、六本木ならではの文化を生み出すこと」「今まで六本木に来なかったような人に、六本木にきてもらうこと」「賑わいによる地域活性化」「来場者による経済効果」そして「住民が六本木地域に対して愛着をもつこと」をより強く期待している傾向が表れています。

地域住民が期待する「作り手」としての変化は、アート作品等に対する自身の意識や行動の変化ではなく、アートナイトを通じて六本木地域内でのコミュニティとしての変化が引き起こされることであることが垣間見えます。そのような意味では、長期アウトカムである「アートを通じたまちづくりの達成」「街や生活の中にアートがある新しいライフスタイルの確立」に近いビジョンを持っているのではないのでしょうか。こういった地域住民の意図も踏まえながら、六本木アートナイトと地域住民の関係性がさらなる発展を遂げることが望まれます。

2. 外部スタッフの変化や見える価値

「作り手」のロジックモデルには、六本木アートナイトの運用を任されている外部スタッフの変化も予測されています（図 3 参照）。具体的に外部スタッフは、「運営（活動）」に携わることで「仕事や経験（アウトプット）」を得ることとなり、その結果短期アウトカムとして「アート分野のプロフェッショナルとして、キャリアアップにつながる」ことが期待され、ひいては「六本木エリアでアート分野に関わるプロフェッショナルが育つ」という中間アウ

トカム達成に貢献することが想定されています。

実際の外部スタッフの変化を把握するために、事業評価チームは、2023年12月に六本木アートナイト事務局のアドミチーム（外部スタッフ4名）、旧アドミスタッフ（2名）、運営本部担当業者（3名）、アンケート業者（2名）の合計11名を対象にオンラインでアンケート調査を実施しました。得た回答数は5名（45%）でした。

外部スタッフとして六本木アートナイトへの関わり方や業務内容は多岐にわたり、一概にアートの専門性を高めるような内容とは言い切れない状況だといえます。とはいえ、アンケート結果からは本事業にスタッフとして関わった意義として以下の点が挙げられました。

- ・普段あまりアートに接しない生活をしているが、このようなアートの祭典に関わることで興味が増す。
- ・バックオフィス業務を通じて、アートに関わることができる。
- ・国際的に発信力が高くハイクオリティな事業に関われたことで、自分自身を見直すきっかけになり、また誇りを持って仕事をできるようになった。
- ・これまで接点のなかった、多くの外部の組織の方々を知り得た。
- ・大きい企業の在り方を知ることができてよかった。大きい企業と仕事をすることに対してノウハウを得た。大きいイベントの予算の感覚もつかむことができた。

主に、アートイベントに関われる機会を得たことへの意義と、アートとは関係なく、大規模のイベント運用を経験することによって、ノウハウを得たことに価値が見出されたことが判明しました。

さらに、「六本木アートナイトスタッフとして関わったことは、アート分野のプロフェッショナルとして、キャリアアップにつながったと思われますか？」という質問をしたところ、回答者5名のうち

3名（60%）は「ある程度そう思う」、そして2名（40%）は「すごくそう思う」と回答しています。その理由として、以下の点を挙げています。

- ・知名度があり、かつ規模が大きい事業なのでキャリアとしてインパクトがある。
- ・アート界における人脈が広がった。
- ・アート分野における経理業務や助成業務の実績や知見を獲得することができた。
- ・アート関係に興味があるアルバイトの学生がいて、とても勉強になったと喜んでいました。
- ・前職との違いが大きく、会議の進めやすさに感銘を受けた。

少なくともアンケートに回答した外部スタッフは、六本木アートナイトにスタッフとして携わって得た「仕事や経験」に意義を感じ、短期アウトカムとして「アート分野のプロフェッショナルとして、キャリアアップにつながる」ことができているという実感もあり、具体的にスキルアップした点も挙げられていることから「六本木エリアでアート分野に関わるプロフェッショナルが育つ」という中間アウトカムが達成されることの見通しは立てられるといえます。興味深いのは、アートそのものに関する専門性というよりは、アート界のプロフェッショナルとして活躍するための人脈づくりであったり、アート分野における経理業務や助成業務の実績や知見であったり、大規模イベントの運用の仕方など極めて実用的な経験がスタッフにとって有用であったことが判明した点です。

3. 新進アーティストの変化や見える価値

中間アウトカムの「六本木エリアでアート分野に関わるプロフェッショナルが育つ」に至るもうひとつの手段として、参加アーティストによる六本木アートナイトへの「作品制作・展示（活動）」が「発表の機会（アウトプット）」となり、短期アウトカ

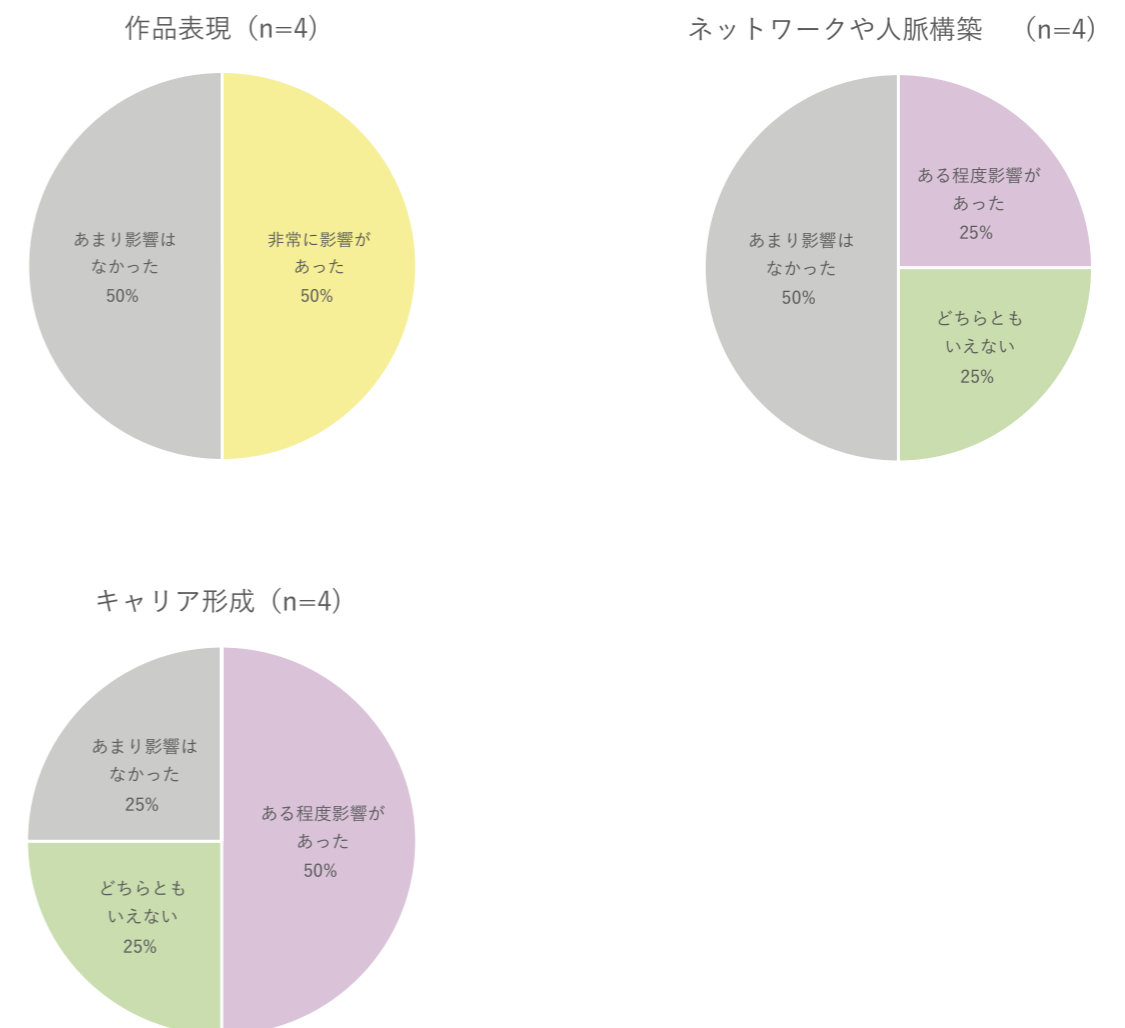
ムとして「作家としての認知度が向上し、キャリアアップにつながる」がロジックモデルに描かれています。今回のアーティストの変化においては2022年度事業評価時に評価チームが実施したアンケート調査結果を再活用して、アウトカムの発現度合いを見ていきます。

2022年度の新進アーティストを対象にしたアンケート調査は、六本木アートナイト参加アーティストの中でもオープンコール・プロジェクトに参加したアーティストに限定して実施されました。オープンコール・プロジェクトに応募するアーティストは、既にキャリアを積んでいる他の参加アर्टィス

トと比較して、キャリアが発展途上であり、六本木アートナイトで作品を発表したことの影響がキャリアアップとしてより明確に表れると考えたからです。アンケートの回答者は2022年度の公募アーティストで連絡先が入手できた10名のうち4名でした。オープンコール・プロジェクトが立ち上がった2015年度から存在する多数の新進アーティストを代表する回答数ではありませんので、今後より詳細な調査を入れる必要がありますが、新進アーティストの経験と考えるについて知る機会となりました。

アンケートでは①自身の作品表現、②アート関係者とのネットワークや人脈形成、キャリア構築の3

図 25. 対アーティストアンケートの結果



つの点から、六本木アートナイトに参加することでよい影響があったかを確認しています。結果は図25の通り、各項目においてよい影響が多くみられた人と、あまり影響がなかった人で、回答結果にばらつきが見えました。

一番結果が割れた「作品表現」においては、「予算の大小にかかわらず、自分のやりたい表現やアイデアをそのまますることができた」「応募にあたって、メンバーでかなり話し合い、続く他の作品も今回出品した作品をベースに展開していると感じます」とかなり好意的な意見もありましたが、もう一方で「映像のため、会場で上演するのであればもう少し六本木の街だからこそできることがよかった」と振り返っている意見もありました。

また、「ネットワークや人脈構築」においては、コロナ禍の影響があったため、作品の提供のみでなかなか観客や他の参加者との交流の機会がなかったとの意見が多くみられました。

最後に、ロジックモデルにある短期アウトカム「作家としての認知度が向上し、キャリアアップにつながる」の仮説に基づき、アーティストのキャリア形成に対しての影響を確認したところ、「ある程度影響があった」が50%（2名）、「どちらともいえない」「あまり影響はなかった」が25%、1名ずつ回答がありました。作家としての認知度があがる期待はもたれているものの、あまり実感を得られていない場合もあると見受けられました。

4. 実行委員会の変化や見える価値

六本木アートナイトの開催を2009年度の初回から担っているのが、六本木アートナイト実行委員会です。実行委員会は六本木界隈の美術館（森美術館、国立新美術館、サントリー美術館、21_21 DESIGN SIGHT）と商業施設（森ビル、東京ミッドタウン）および地元の六本木商店街振興組合で構成されており、六本木の各施設や地域の中で数多くの作品やパフォーマンスを展開するのに必要不可欠な連携体制

を構築してきました。事務局は森美術館と森ビルが担当し、全体プロセスを牽引しています。

2018年度の評価においても実行委員会に入っている組織にヒアリング調査を行っています。それから5年も経つことも踏まえ、本評価時に同様の調査を2024年1月に実施しました*14。ヒアリング項目は比較することを想定して、2018年度の項目にはほぼ沿った形で行いました。実行委員会に参加している組織のヒアリングの結果を図26にまとめました。

本年度のヒアリング結果を横断的に分析して、以下4点に集約しました。

4.1. 実行委員会が六本木アートナイトに見出している意義

実行委員会のメンバーに六本木アートナイトに参加する意義やねらいについて聞いたところ、初回の2009年度以降色々変化もありましたが、2023年度現在においても、参加する意義を見出していることが確認されました。実際参加団体の間では、六本木アートナイトに参加することが常態化され、予算化や人員配置が毎年行われています。

参加の意義として共通して挙げたのが、アートナイト開催時には来場者が増えること、また普段六本木に来ない層の集客が見込めること、その結果各館や六本木地域のことを知ってもらえるきっかけとなっていること、そして、ひいてはそのような人々の中から六本木のファンになってくれることが期待できること、等の発言がありました。

また、特にいくつかの美術館の中においては、六本木アートナイトを通じて館の新しい展示の仕方や新しい取り組みを試みるきっかけになっていること、などの回答もありました。例えば国立新美術館においては、若手職員が六本木アートナイトの作品の展示等の業務を担うことによって、館外とも連携しながら経験を積める貴重な機会になっているとの発言もあり、地域のアートプロフェッショナル育成

にも貢献していることも判明しました。

4.2. 実行委員会から見えている変化・価値

六本木アートナイトを継続的に開催してきた結果、実行委員会の立場から見て発現しつつある変化や価値などについて質問しました。

まず「街のイメージ」について聞いたところ、どの委員会メンバーも、六本木アートナイトが単独の原因ではありませんが、六本木地域のイメージが「夜の繁華街」から、アートとデザインを中心とした文化的な街へと転換されてきたことに言及しました。そういった流れの中で、地域の文化施設と地域住民が協働することの「シンボリック・プログラム」として六本木アートナイトが存続している、という発言もありました。

その他、見えている変化や価値については、以下のような発言が見られました。

- ・開始当初にはアーティストの参加を募ってもなかなか集まらなかったが、近年では六本木アートナイトへの参加意欲が高まっている（森美術館）。
- ・六本木エリアの文化施設間での情報共有や連携が深まっている。必ずしも六本木アートナイトだけがきっかけとはいえないが、単館ではできない取り組み（例えば中高生を対象とした教育プログラム、インクルーシブツアー等）を共同で開催するようになったり、担当者レベルで連絡がすぐとれるような関係性が構築されたりした（サントリー美術館、21_21 DESIGN SIGHT）。
- ・再開発事業などにおいて否定的な意見が多かったところ、六本木アートナイトがひとつの事例となり、森ビルが目指すアートと街が融合した「まちづくり」の在り方に対する理解が深まっている（森ビル）。
- ・再開発などを通じて分断しがちなコミュニティ

が、アートを通じて再接続するきっかけとなっている（六本木商店街振興組合）。

4.3. 想定しているアウトカムの発現度合とロジックの確認

2018年度の作り手のロジックモデルに戻ります。ロジック・モデルにおいて、実行委員会は「企画制作・意思決定・企画承認（活動）」をすることによって「企画を実施（アウトプット）」し、短期アウトカムとしては「館外活動（アウトリーチ）」や「認知度の向上」（短期アウトカム）が促進され、「各団体連携が強化され、国際的な文化拠点形成につながる」（中間アウトカム）ことが想定されています。

ヒアリング調査を通じて見えてきたのは、森美術館などは六本木アートナイトそのものがアウトリーチという側面をもっている活動という位置づけで行っていますが、必ずしも全館共通の認識ではないことです。また、六本木アートナイトを館外活動（アウトリーチ）として実施しているとしても、そこから直接接触されて他の館外活動が増えたというようなことは、ヒアリング調査結果からは確認できませんでした。各館の館外活動（アウトリーチ）と六本木アートナイトの関連で出た情報は、館が他の枠組みで実施している館外活動（アウトリーチ）の成果のお披露目の場として六本木アートナイトが活用されることによって、相乗効果を得られたという点です（例：六本木ヒルズ15周年を記念して始まった地域の参加型アートプロジェクト「つむぐプロジェクト」、東京ミッドタウンのアートコンペの受賞作品の展示、サントリー美術館の中高生の教育プログラム、等）*15。

もうひとつの短期アウトカムの「認知度の向上」については、各館や六本木商店街振興組合が六本木アートナイトを通じておおいに期待しているところであることは前述4.1のとおりです。実施期間中には来場者が大幅に増えるという実績もあり、ある程度「認知度の向上」が実現していることは予測でき

図 26. 実行委員会のヒアリング結果のまとめ

	森美術館・森ビル	国立新美術館	サントリー美術館	21_21 DESIGN SIGHT	東京ミッドタウン	六本木商店街振興組合
参加するねらい・意義	<ul style="list-style-type: none"> ● 六本木アートナイトは館のアウトリーチ活動としての側面もある（森美術館）。 ● 六本木ヒルズの発信力向上に貢献できると考えている（森ビル）。 ● 森ビルのまちづくり事業に対する一般からの理解が深まる等、ビジネス的なメリットがあるとも実感している（森ビル）。 	<ul style="list-style-type: none"> ● アートナイト開催日には人の流れが変わり、より多くの新しい来場者に国立新美術館を知ってもらえるきっかけとなっている。 ● 若手職員にとって、小規模のプロジェクトを任せられ、主体的に取り組める成長の機会になっている。 	<ul style="list-style-type: none"> ● 来場者数が増加することがメリットのひとつ。 ● 展覧会と関連のないイベントなどを企画する等、新しいことを試みるいい機会にもなっている。 	<ul style="list-style-type: none"> ● 21_21 DESIGN SIGHTという館の名称の一般への認知度の向上や浸透。 ● 六本木エリア内の各館との双方の情報がお互いアップデートされ、ネットワークが強化される点。 	<ul style="list-style-type: none"> ● 森ビルの取り組みに賛同している。アートとデザインの街の一角を占める存在として、貢献したい。 ● 東京ミッドタウンアワードで受賞したアーティストに六本木アートナイトでの発表の機会を設けている。 	<ul style="list-style-type: none"> ● 一晩、人を集める。特に普段来てもらえない人が来る。その後長い目で見たら、六本木の街のファンが増えていると思う。
組織内外からの反応	<ul style="list-style-type: none"> ● 事務局や組織内においても、コロナを機に若者を中心としたライフスタイルの変化がある中で、プログラムの内容や実施形態の見直しが必要だと考えている。 	<ul style="list-style-type: none"> ● 今まで活用していなかった館内でのパブリックスペースでの展示機会を得たことが評価された。 ● 作品の展示期間を、先行展示として長くしたことが好評だった。 	<ul style="list-style-type: none"> ● アート好きな方には、イベントが浸透してきている印象。 ● ふだん展覧会関連イベントを中心に実施しているので、アートナイトのためのイベント企画においては、リードタイムがある程度確保されないと、館内外の調整にリスクがある。 	<ul style="list-style-type: none"> ● スタッフの間でも毎年行われている行事として内部では受け入れられている。 ● 特にアートナイトのためにイベントをうたなくても、来場者が多く来ると予想している（2023年度はコアタイムをはずして、ツアーを実施）。 	<ul style="list-style-type: none"> ● 六本木全体が盛り上がるお祭りという位置づけ。 ● 他のイベントなどもあるため、人・時間・予算をかけるのか、毎回社内で議論するところでもある。開催時期、あるいは夜中開催という形態について、状況次第ではフルで参画できるかどうかかわからない。 	<ul style="list-style-type: none"> ● 開始当初は夜通しということに抵抗があるという意見もあった。口頭で説明しても理解されなかったが、何回かやって「こういうイベントね」というのが理解された。 ● 夜通しだと騒音・ゴミの問題視される。開催後協働でクリーンアップをして、対応している。
街のイメージ	<ul style="list-style-type: none"> ● 六本木エリアの文化芸術の街としてのイメージやブランディングが向上し、まちづくりへの理解が深まっている。 	<ul style="list-style-type: none"> ● 街のイメージが昔の六本木から大きく変わったことを実感している。その一助をアートナイトが担った。 	<ul style="list-style-type: none"> ● 若年層にとって六本木の印象がアートの街になってきている。 ● 森美術館、国立新美術館、当館のほかアートのポットが多数存在し「夜の街」のイメージが変わってきた。 	<ul style="list-style-type: none"> ● アートリテラシーの高い、クリエイティブな来場者が来ている印象がある。探求して学びにきている姿勢がある。「夜の六本木」のイメージと異なる。 ● アートナイトでは、街中で通常夜歩みにくいところも、出歩きやすくなる。 ● 上野などの文化拠点と比較して、よりカルチャー向けというか、少しアニメだったり漫画だったりなどそういう方に向けた展覧会もあるので、そういうものを目掛けてくる人も一般的にいる。 	<ul style="list-style-type: none"> ● 街のイメージはいい意味でも悪い意味でも健全になってきた。悪い意味でいうと、街のユニークさが減ってきたとか、危うさ・ドキドキが減っているのかも。 	<ul style="list-style-type: none"> ● 若い人にとって、六本木は夜の街は怖い街、進んではいけないようなところ。そういう中、六本木アートナイトで、六本木に来てもらうきっかけになっている。 ● 六本木アートナイトだけではなく、「夜の街」だったのが、デザイン・アートの切り口での変貌を遂げている。
気づいた変化や価値	<ul style="list-style-type: none"> ● 六本木エリアの文化施設間で情報共有や連携が進んでいる。まちづくりの意味で六本木アートナイトがシンボリックなプログラムとなっている。 ● アーティストの参加意欲が高まっている。社会包摂的な取り組みへの関心が高まっている。 ● 次世代の育成（中学生との共同プロジェクトを通じて）に貢献しているなどが変化・価値としてあげられる。 	<ul style="list-style-type: none"> ● 森美術館・サントリー美術館・国立新美術館等の関係性が良好で、六本木地域の文化施設として一緒にやっていこうという雰囲気がある。そういう雰囲気づくりにアートナイトと一緒に取り組むことの体験が大きく貢献している。 ● 本当に一晩だけのお祭りでいいのか。展示期間も含め柔軟に対応してもらえる幅をより広くしてもらえると、多くの人にも観てもらえるし、時代が要請する流れにも沿っていきけるのではないかと。 	<ul style="list-style-type: none"> ● アートトライアングルの3館連携で、中高生対象のアートツアーを開催しそのドキュメンタリーを作成した。アートナイトで上映し、このようなツアーを継続する気運が高まった。 ● インクルーシブ・ツアーなど、当館単独では開催できないような試みを、六本木アートナイト事務局主催で取り組んでいただけており、新しい来館者層にもリーチできることはとても意味のあること。 	<ul style="list-style-type: none"> ● コアタイムの遅い時間に来場者が増えると予測していたが、そこまで多くなかった。 ● アートナイトに関わっている館と担当者レベルでコミュニケーションがとれるようになった。担当者間で顔合わせして、最新の情報を持ち合わせるような関係を構築できるのは貴重。 	<ul style="list-style-type: none"> ● 全体的に深夜帯の一般来場者の流れが変わり、減ってきた。 ● 六本木アートナイトの本質、そのユニークさを考えると短い期間でオールナイトの開催が望ましいが、深夜帯の来場者が減っている状況も勘案しないといけない。 ● 六本木アートナイトを連携をとりながら、継続していくことが、国際的文化拠点に一歩ずつ近づいている。 	<ul style="list-style-type: none"> ● 個人的に参加することによって、アートやデザインの見方が変わってきた。自分の感性・感覚が高まってきた ● 再開発は街を大きくかえる事業。六本木の街の大きな区画が開発されると、地域コミュニティが分断され、地元に対して大きな損失になることもある。アートとデザインを通じて、街が再度つながっていくきっかけとなる
課題と改善点	<ul style="list-style-type: none"> ● 今後参加者の満足度と参加者数の拡大を図るために、ポストコロナにおける来場者のニーズを踏まえてのプログラム内容の見直しや実施形態の改善などが必要だと考えている。 ● 財政基盤の安定化も長期的な課題である。 	<ul style="list-style-type: none"> ● 開催時期の変更があったため、連動させようと企画していたプログラムを中止せざるを得なかった。また開催時期が決まるのが遅いと、職員の配置が厳しくなる。1年前を目途に開催時期を決定かつ固定してほしい。 ● 目玉の作品を展示する等より大きな役割が求められるのならば、全体のテーマ決めのプロセスやプログラム内容についての協議にも早めに参加したい。 	<ul style="list-style-type: none"> ● 当日プログラム制作がギリギリになるのは仕方がないが、その分告知が行き届かないこともあるので、もう少し余裕があるといい。 ● 開催までのリードタイムに余裕ができれば、参加するにあたり、アートナイトの開催テーマとより親和性の高い魅力的な内容を提供できるよう前向きに取り組める。 ● イベント内容を時代背景に踏まえたものに変化させることも今後必要とされてくるのでは。 	<ul style="list-style-type: none"> ● 2022年度はテーマも作品も目玉となるものがあって、わかりやすかった。参加する来場者への入口として、そのように入りやすいわかりやすいものにするのも一案。 	<ul style="list-style-type: none"> ● 次回開催の日程とテーマを早めに教えてほしい。そうすれば人員と予算の調整がしやすくなる。 	<ul style="list-style-type: none"> ● 土曜日開催のオールナイトイベントである限り、オフィスワーカーの人がこのイベントを知らないことが多い。一夜限りにしないのも一案。 ● プログラムの街なかへの展開において、屋外の場合は規制の問題があり。大型施設の中のほうがやりやすい。でもただのヒルズのイベントと思われてしまう。街の人は「とにかく街中で、六本木を面で展開してくれ」といってる。でもやろうとすると、いろいろな規制がありハードルが高い。より一層の分散した展開が必要かと思う。

ますが、データなどの根拠を表せるものは現時点ではないため、今後アンケートなどのデータ収集項目に反映する必要があるでしょう。

さらに中間アウトカムとして設定されている「各団体連携が強化され、国際的な文化拠点形成につながる」についてもヒアリング調査結果を踏まえて検証していきましょう。この中間アウトカムの前半部分にあたる「各団体連携が強化され」ていることは、全ヒアリング対象者が言及しており、アートナイトに参加を通じて得られた大きな成果であることが関係者の間で認識されていることが明らかになりました。もう一方で、後半の「国際的な文化拠点形成」について、実行委員会のメンバーは、六本木地域を文化拠点として面的にとらえ、そのアイデンティティは芽生えつつあるものの、具体的に何をもって「国際的な文化拠点」といえるのか、あるいは、目標としたい拠点の姿を描いたり機能をイメージしたりする状態には至っていません。従って、この中間アウトカムを継続して掲げるには、もう少しこの「国際的な文化拠点」の目指す具体的姿についての議論が実行委員会を中心に進められる必要があります。

4.4. 今後の六本木アートナイト開催に向けての提案

六本木アートナイトの今後の開催に向けて、現時点で考えられる課題と改善点をヒアリング調査で尋ねたところ、いくつかの点が浮上しました。まず一番回答が多かったのが、開催時期の固定と余裕のある準備期間の設定でした。各美術館においては企画展のスケジュールなどを数年前から決定しているところもあり、毎年確実に開催される期間が設けられるとより六本木アートナイトとの融和性が高い内容の企画展やイベントの開催の余地もでてくるとの発言もありました。また、人員配置や予算配分、そして事前の広報活動などの準備においても、十分な準備期間が設けられていたほうがより効果的に協力で

きるとの声もありました。

次に、複数のインタビューにおいて、プログラムの内容や実施形態の見直しの必要性を課題として挙げている関係者もありました。特にポスト・コロナの来場者のニーズや行動パターンを踏まえて、より若い参加者が来場しやすい開催の在り方を模索することが、今後のアートナイトの継続にもつながるのではという考えでした。もう一方で、初回からコロナ明けの年度以外ずっと引き継がれてきた2日にわたってのオールナイト開催の実施形態そのものが、世間的にも浸透してきた持続可能な開発目標（SDGs）の精神に反するのではないかと、という考えも表出しており、せっかく展示した作品をより長い期間展示したり、開催期間の日数を増やしたりすることも検討したほうが良いとの意見もありました。

最後に実行委員会の連携については、毎年の開催テーマや出展作品を決定する過程において、事務局以外の実行委員会の関係者も参加できるような配慮がされたり、広報などにおいてSNSなどにおいて連動を図ったり等、連携強化の余地があるとの意見もありました。

5. 行政機関から見えている変化・価値

今般評価では六本木アートナイト 2018 年度の作り手のロジックモデルにも登場し、かつアートナイトの主催者で毎年負担金を支出している東京都とアーツカウンシル東京、および港区地域振興課文化芸術振興係の担当者にもヒアリング調査を実施しました。主に六本木アートナイトを通じて「行政区域の文化レベルの向上」や「都市の芸術文化を国内外へ発信」されていることが実現していると認識しているか、またそれぞれの文化政策・戦略などで掲げている目標と整合性がとれているかなどを確認するためです。以下、六本木アートナイトの行政の文化政策上の位置づけを確認した後、ヒアリング調査で得た、東京都とアーツカウンシル東京および港区から見えている六本木アートナイトによる変化や価値についてまとめます。

5.1. 東京都および港区の文化政策上の位置づけ

六本木アートナイトは東京都の文化事業のひとつとして毎年予算化されており、また、都の文化行政の方向性や重点的に取り組む施策を示した「東京文化戦略 2030 ～芸術文化で躍動する都市東京を目指して～（2022）」においても「芸術文化の力で、人々に喜び、感動、新たな価値の発見をもたらす～人々をインスパイアする～」戦略2の元で、「区市町村や民間企業と連携し、多くの人々が楽しめる創造的な事業を推進するとともに、異分野と異世代との掛け合わせによるイベントなど、人々をインスパイアする事業」のひとつとして位置づけられています。この施策の先の目指すべき姿としては、「都民が鑑賞・参加するだけでなく、自ら創造・発信するなど、主体的に楽しめる機会が充実している」ことと「東京が、国内外の観光客を魅了する、最先端で多様な芸術文化を楽しめる都市になっている」ことを掲げています。

もう一方で、港区の文化芸術振興プランでは、施策1「誰もが文化芸術を鑑賞・参加・創造できる機会の充実」の傘下で「国際都市・港区ならではの文化芸術振興施策の推進」の取り組みのひとつとして六本木アートナイトを取り上げ、「区の魅力を向上するとともに、区民が区の魅力を実感し、誇りを持てる機会とします。国籍や言語、宗教等にかかわらず多くの区民が、日本の文化に気軽に触れ、学ぶことができる機会を提供するとともに、区内で制作された作品を国内外に向けて発信」することが推進されるための事業という位置づけです。

東京都と港区では政策上の表現の差異もありますが、多種多様な人々が鑑賞、参加、そして創造にいたるまでの変化を遂げられる一助となる機会提供をすることを協働のねらいとして描いていることが見えてきます。

5.2. 行政機関が六本木アートナイトに見出している価値

上記を踏まえて、東京都及びアーツカウンシル東京の担当者と、港区地域振興課文化芸術振興係の担当者それぞれに六本木アートナイトに見出している価値についてヒアリングを実施したところ、以下のような点が挙げられました。

東京都とアーツカウンシル東京

- ・2009年に開始した歴史のある事業。普段アートのなじみのない方も含め、街中で気軽にアートにふれられる貴重な機会。
- ・都市型アートフェスティバルとして先駆的存在で、開催当初は街中でアートに気軽に触れるような機会、特に夜間に行われるものは他になかった。今ではいろんな都市型のフェスティバルも増えてきているが、ビジュアルアーツとして特段であることと、一夜限りのオールナイトで凝縮した期間で楽しんでもらうというコンセプトが他にはないもの。

港区

- ・区の文化芸術振興プランの中で国際都市港区ならではの文化芸術振興施策の推進とあるが、その一環として六本木アートナイトのような国際的発信力のある取組を推進していくことにねらいがある。同時に国際都市・港区という区全体で展開している施策もあるので、区民も国際都市・港区としての魅力を実感して誇りを持てるような機会となっている。
- ・特に2023年度においては、インバウンドの外国人の参加が多いとの印象があった。外国人ツアーも盛況だったとも聞いている。土地柄大使館なども多く、参加した方がSNSなどで発信して反応してもらえると、港区について色々な方に知ってもらうきっかけになる。
- ・国籍も関係なく、子どもから子育て世代、高齢

者までのあらゆる人が、気軽に新たな文化芸術を体験してくれる機会。

5.3. 着目している変化

作り手のロジックモデルにおいて、行政が期待している変化としては「文化の公共事業（活動）」を実施したあと短期アウトカムとして「行政区域の文化レベルの向上」することと記載されています。この点に関連してヒアリング調査結果から、来場者が気軽にアートに触れる機会としては十分確立され、また地元商店街が実行委員会メンバーになっており積極的に展示に参加するほか、地域住民が熱心に清掃活動などに携わっている点等から、地域に根づいたフェスティバルになりつつあることは評価されていました。ただ、その先に地域住民自身が主体的にアートに参加したり、アートの作り手として六本木アートナイトに参画したりすることについてはあまり実績が見られず、今後検討すべきとの見解が語られました。

中間アウトカムには「都市の芸術文化を国内外へ発信する」ということが設定されています。ヒアリングを実施した行政機関の担当者は、六本木アートナイト開催に関連して事務局を中心に広報やSNSを通じて発信してきたという点は認識していました。もう一方で、実行委員会に所属する各館をみると、それぞれ国内外のネットワークを持っていたり、発信のポテンシャルが高いとみられており、もう少し協働を深めて、今まで着手していない形で広報などにおいて連動を図れば、よりインパクトのある発信が望めるのではないかとの発言もありました。

5.4. 今後の課題と改善策

行政機関からみた六本木アートナイトの課題と改善策を以下にまとめました。

- ・アート作品の鑑賞に留まらず、都民が文化芸術に親しめて、都民が広く参画できる取り組みをさらに増やすべき。
- ・今までも公的資金に加え、民間資金や助成金などを活用して運用しているが、今後の開催に向けて、資金面での継続性の担保が必要。
- ・六本木アートナイトの発信力・訴求力の強化。東京の恒例行事としていくために開催期間の固定と周知。
- ・行政や実行委員会のネットワークを活かした、特に広報面におけるより効果的な連動と発信。

6. 小括

本章では、本評価目的IIである「六本木アートナイトの作り手側のロジックモデルにおいて、短期アウトカムがどの程度達成されて中長期アウトカムにつながる見通しが立てられるかを、2023年度までの開催状況と照らし合わせて検証する」ことを目指しました。もともと目指す成果としての短期アウトカムや中長期アウトカムの指標や目標値が設定されておらず、またロジックモデルの文言が抽象的で具体的にどのような状態を指しているか不明確なところもありましたが、入手可能な範囲のデータから検証した結果、概ね、作り手側の関係者に期待されている短期アウトカムが発現しつつあること、中長期アウトカムへのつながりも確認できました。今後、より六本木アートナイトの事業の価値をはっきりさせるためにも、特に下記のアウトカムの設定の見直しと概念の整理、そしてロジックモデルの再構築が今後必要であることが判明しました。

- ・地域住民・団体：短期アウトカム「地域活動の多様化」
- ・実行委員会：短期アウトカム「館外活動（アウトリーチ）」
- ・実行委員会：中間アウトカム「国際的な文化拠

点形成につながる」

- ・東京都、アーツカウンシル東京、港区、文化庁：短期アウトカム：「行政区域の文化レベルの向上」「都市の芸術文化を国内外へ発信」

一番の焦点は、引き続き地域住民・団体などを作り手のロジックモデルに登場させるかというところにあります。六本木アートナイトの開催を支えている地域住民の姿は様々な形で確認できましたが、「アートに触れる機会を得た」あと、「美術館や芸術祭への訪問頻度の増加」につながるような「地域活動の多様化」は具体的に何が想定できるのか、特に都市型の芸術祭として地域住民も定義次第で膨大な数になる六本木アートナイトならではの難しさが存在します。ポスト・コロナ期の時代の潮流にも合わせながら、今一度目指すべき状態とそれにたどるべき手段を見直し、時代の先端をいくプログラムとして継続される形を描く時期を迎えたようです。

* 12 本事業ではロジックモデルが作成され、想定される短期・中間・長期アウトカムが設定されたが、効果測定用の指標や目標値などは設定されていない。そのため、このロジックモデルの検証は、各レベルでの成果の効果測定というよりかは、アウトプットからアウトカム、あるいはアウトカム間のロジックの成立の確認を主眼におく。

* 13 <https://www.youtube.com/watch?v=tMngWuThcKE>

* 14 六本木商店街振興組合は2022年度の事業評価において重点的に類似項目に関して情報収集したため、さらなる調査負担がかかることに配慮して本年度はヒアリング調査を実施せず、2022年度のデータを元に、評価チームが該当する項目に整理しなおした。

* 15 アートトライアングルの3館（森美術館、国立新美術館、サントリー美術館）が実施している中高生向けの教育プログラムは、六本木アートナイトがきっかけではないが、そのドキュメンタリーがアートナイトで上映されたことで、プログラムの継続の気運が高まったことが報告された。



総括

これまでの「六本木アートナイト 2023」の評価分析結果をまとめると、複数の側面で興味深い変化が見られました。評価目的に従って整理していきます。

評価目的Ⅰ：鑑賞行動の変化

1. 来場者の傾向はコロナ禍以前の水準に戻りつつある

男女比は男性が4割、女性が6割で過去と大きな変化はありませんでしたが、職業別では学生の来場者がコロナ禍での減少傾向から転じて13.5%増加しました。また1人での来場は28.5%で減少した代わりに「2人」での来場が54.9%に増加しました。リピーターが64.9%で、その中でも「毎年来ている」が44.7%となり、来場者の中核をなしています。コアタイムは夜間のオールナイト開催において、深夜滞在者が18.4%、夜のみ滞在者が23.8%、昼からの滞在者が57.6%を占めました。つまり深夜プログラムの参加者は約2割で、コアタイム以外の時間帯から楽しむ人が6割ということになります。これらの変化は、コロナ前の傾向に戻りつつあることを示唆しています。

2. 滞在時間が長いほど満足度は高まる傾向に

満足度に関しては、昨年より高く、「とても楽しかった」「楽しかった」の合計が87.8%で前回比3.4ポイント増となりました。特に「とても楽しかった」が49%で11.5ポイント増加し、2012年以来の高水準に達しました。不満層は4.0%にとどまり、特に女性20代が92.9%の高い満足度を示しました。滞在時間10時間以上のH層や深夜滞在層は次回来場意向が高く、六本木ヒルズや美術館を巡る

だけでなく、滞在時間が長くなると街なか各所を巡る傾向が見られます。深夜プログラム参加者はSNS発信率が高い傾向もあります。一方で、滞在時間L層は満足度が平均より低く、初めての来場者や男性40代、女性40代・50代が多かったことが明らかになりました。コアタイム前半の「夜のみ滞在者」は滞在時間L層にも該当するので、彼らに対するインパクトの深化が今後の検討課題となるでしょう。中高年層や滞在時間L層の1人での来場とネガティブ回答と相関が見られる可能性を含みつつも、一方でリピーターの32%が1人で来場し、慣れた来場者ほど1人での来場が増えていることも考えられます。今後は1人で来場する人々への楽しみ方の提案も検討の価値があるでしょう。滞在時間が長いほどアートをより理解し、高い満足度や次回来場意思につながり、SNSを通じたコミュニケーションも積極的に行われています。

3. 深夜滞在なし層は作品鑑賞を中心にファミリーや友人と楽しむ／深夜滞在層は大人な鑑賞環境を満喫

六本木アートナイトの参加者を深夜滞在層と深夜滞在なし層に分け、それぞれの鑑賞行動や感想に焦点を当てると、深夜滞在なし層は主に作品鑑賞を中心に街を巡り、アートとの関係を、家族や友人と共に楽しむことに重点が置かれています。深夜滞在層はコアタイムだけでなく、その他の時間帯にも滞在しており、滞在時間H層との重なりが見られます。深夜滞在層は作品に対する思考や価値観、表現、自由さについて考え、街を歩きながら夜の雰囲気を楽しむという大人な鑑賞環境を満喫しています。滞在時間H層の特徴は若年層が中心で、20時間以上の滞在では男性50代以上が多かったため、時間を自由に使える若年層とベテランの大人にアピールできるプログラムが検討できるでしょう。提案としては、対話やインタラクションの機会や参加型プログラムの充実と、さらに若年層向けの祝祭的なパフォーマンス系が考えられます。異なる参加者層に向けたバラエティ豊かなプログラミングの検討によって、アートナイトの魅力がより一層引き立つ可能性があります。

2023年度の六本木アートナイトはアフターコロナの期待に応え、参加者も高く評価しています。今後は特に若年層のリアル体験への期待に焦点を当て、さらなるプログラムの充実や魅力的な企画を通じて、来場者の多様なニーズに応えていくことが期待されます。

4. 経済波及効果もコロナ禍以前の水準に戻りつつある

「六本木アートナイト 2023」の経済波及効果は、直接効果が1,172百万円、第1次間接効果が460百万円、第2次間接効果が171百万円、総合効果が1,803百万円で、前年比32%の減少となりました。推計に基づく主要データによれば、1人当たりの観光消費単価は前年比41%減の7,330円で、昨年昼間3日間の開催が影響した可能性を指摘しました。しかし過去の数字と比較すると今年の7,330円は2015年の8,492円に次いで高く、夜間開催にすることで平均使用金額がどの水準で安定するかは、今後注視する必要があります。

評価目的Ⅱ：作り手のロジックモデルにおける中長期アウトカムにつながる見通し

5. 地域住民の満足度は高く、地域のイメージ向上に貢献

六本木アートナイトの事業インパクトを明らかにするために、地域住民・団体、外部スタッフ、アーティスト、実行委員会、行政機関の5つの作り手

における短期・中期アウトカムを検証し、数年にわたる開催状況と比較しました。地域住民の参加においては来場者アンケート調査から、2023年度の来場者の約28%を占めており、その特徴や参加パターンが明らかになりました。地域住民はアートナイトを短時間で楽しむ一方で、清掃活動やパトロールなどのボランティア活動を通じて積極的に参加し、コミュニティ参加感を高めている状況も伺うことができました。地域住民の満足度は高く、特に地域のイメージ向上が顕著であり、六本木アートナイトが地域にポジティブな影響をもたらしていることが示唆されました。しかし、短期アウトカムである「地域活動の多様化」に関しては、明確な変化が示されておらず、引き続き調査が必要です。

6. プロフェッショナルの成長やキャリアアップに寄与

外部スタッフに焦点を当てたロジックモデルでは、スタッフの六本木アートナイト参加の機会が成長を促し、六本木エリアにおけるアート分野のプロフェッショナルの育成につながる中期的なアウトカムとして期待されました。アートそのものに関する専門性というよりは、アート界のプロフェッショナルとして活躍するための人脈づくりであったり、経理業務や助成業務の実績や知見であったり、大規模イベントの運用の仕方など極めて実用的な経験がスタッフにとって成長につながっていることが判明しました。

新進アーティストの参加に焦点を当てたロジックモデルでは、アーティストが作品を制作・展示することが短期アウトカムとして「作家としての認知度が向上し、キャリアアップにつながる」ことが示唆されました。アンケート結果から、アーティストの作品表現に対する影響は肯定的でありながらも、コロナ禍の影響で観客や他の参加者とのネットワーク構築に課題が生じていることもわかりました。また短期アウトカムへの実感がまだ見られていない状況が判明しました。

7. 地域とアートの融合を促進するシンボリック・プログラムの役割を果たしている

六本木アートナイト実行委員会の参加組織にとって、本事業の参加目的は、地域への新たな来場者の呼び込みとアクセスの拡大であることがわかりました。それらに加えて六本木アートナイトは、各館の知名度向上や新しい実験的な試みの機会（館外と連携しながら若手学芸員が経験を積むなど）の提供による若手スタッフの成長を促進していることもわかりました。また地域の文化施設と地域住民が協働する「シンボリック・プログラム」として地域や文化施設間の連携向上の端緒となり、さらに「アートとデザインを中心とした文化的な街」としてのイメージ向上にも寄与しつつ、再開発などを通じて分断しがちなコミュニティが、アートを通じて再接続するきっかけとなっていることがわかりました。行政機関はアートナイトが行政区域の文化レベル向上に寄与していると評価しています。短期アウトカムでは「館外活動（アウトリーチ）」や「認知度の向上」が期待され、中期アウトカムでは「各団体の連携」が強化されたことは確認できましたが、「国際的な文化拠点」としての具体的な姿についての共通認識はまだ形成されていません。これらのアウトカムの具体的な姿の議論や課題、改善点も指摘され、連携の強化の進め方や持続可能な開発目標（SDGs）に配慮したプログラムなどを含めて、アウトカムの設定の見直しと概念の整理、そしてロジックモデルの再構築が今後必要であることが判明しました。

総合評価

これまでの分析結果と評価目的ⅠおよびⅡの結果を総合的に判断すると、六本木アートナイト2023は来場者の多様なニーズに応え、地域社会やアート分野に対してポジティブな影響をもたらしている一方で、経済波及効果の変動や参加者層の異な

る鑑賞スタイルなど、様々な側面での課題や可能性が浮かび上がりつつあることがわかりました。六本木アートナイトは、六本木地域の人々と文化施設をアートで接続し、面としてエリア空間を再構築する「シンボリック・プログラム」として「アートによるまちづくり」の先駆的なモデルをこれまで示してきました。これからはポストコロナ期の時代の潮流にも合わせながら、今一度目指すべき状態とそれにたどるべき手段を見直し、時代の先端をいくプログラムとして継続される形を描く時期に来たとも言えます。特に今後潜在的なリピーターの可能性を秘める若年層の期待に焦点を当て、プログラムの改善や魅力的な企画を通じて、さらなる持続的な発展が期待されます。

著者略歴

佐野直哉

上野学園大学音楽学部准教授

英国音楽留学後、日系レコード会社、映画会社勤務を経て、駐日英国大使館およびブリティッシュ・カウンシルにて英国の広報文化外交政策や英国クリエイティブ産業の日本における推進活動の中核を担う。東京藝術大学大学院にて地域型芸術祭のマーケティングを研究、博士号（学術）を取得。同時にアーツカウンシルしずおかのプログラムオフィサーとして組織立ち上げと現場に関わる。

日本アートマネジメント学会関東部会会長、日本文化政策学会、文化経済学会〈日本〉、日本オルガン研究会各会員、パブリック・リソース財団シニアフェローおよびカトリック目黒教会国際部オルガニスト。

中谷美南子（「評価目的II」担当）

評価コンサルタント／チームやまびこ

大学卒業後、国際協力分野において国際機関、シンクタンクにおいて環境保全・ガバナンス・人道支援などの分野の事業の運営管理を経験。開発コンサルタントとして日本のODA案件の評価に多数従事。東日本大震災を契機に公益社団法人セーブ・ザ・チルドレン・ジャパンに入局し、被災地域の子どもと養育者を対象とした緊急・復興支援事業のモニタリング評価制度の構築や新規事業設計をリード。

2017年4月より評価コンサルタントとして独立し、休眠預金活用事業の第三者評価、行政、財団、NPOの評価業務に携わる。日本評価学会評価士、日本評価学会会員、米評価学会会員。

三浦宏樹（「評価目的I 経済行動の変化」担当）

評価コンサルタント

東京大学経済学部卒業後、日本開発銀行（現・日本政策投資銀行）入行。札幌、高松の支店で地域経済の調査分析を担当するとともに、経済企画庁、日本経済研究所への出向を通して調査スキルを研鑽。本店では、自行の投資案件・制度を評価する政策金融評価システムの構築・運営を担った。2010年より同行大分事務所長を務めた後、大分経済同友会調査部長、大分県芸術文化スポーツ振興財団アドバイザーとして、大分の文化政策に対する調査提言や、文化芸術プロジェクトの事業評価に携わる。

文化経済学会〈日本〉会員、日本評価学会認定評価士、日本ファンドレイジング協会准認定ファンドレイザー。

主催

東京都

公益財団法人東京都歴史文化財団 アーツカウンシル東京
港区

六本木アートナイト実行委員会

国立新美術館

サントリー美術館

東京ミッドタウン

21_21 DESIGN SIGHT

森美術館

森ビル

六本木商店街振興組合

事業評価

佐野直哉（上野学園大学）

中谷美南子（評価コンサルタント／チームやまびこ）

三浦宏樹（評価コンサルタント）

デザイン

谷澤陽佑

撮影

六本木アートナイト実行委員会

編集

今野綾花

六本木アートナイト事業評価報告書 2023

2024年3月発行

発行：六本木アートナイト実行委員会事務局

森ビル株式会社 森美術館内

〒106-6150 東京都港区六本木6-10-1 六本木ヒルズ森タワー

URL: <http://www.roppongiartnight.com/>



