

ROPPONGI ART NIGHT project evaluation report 2025

2025
事業評価報告書
六本木アートナイト



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	評価総括
6	評価総括の英訳
10	はじめに
11	評価に向けて
12	1. 評価の目的と背景
14	2. 評価手法
17	評価設問
18	1. 【評価設問 1】開催形式変更の受容度
20	2. 【評価設問 2】「今年らしさ」の伝達と受容
22	3. 【評価設問 3】回遊行動の変化
26	4. 【評価設問 4】港区在住者にとっての価値
30	5. 【評価設問 5】経済波及効果
36	全体総括
37	評価分析から得られた知見

評価総括

六本木アートナイト 2025 は、持続可能な都市型芸術祭のモデルを確立すべく、コロナ禍直後の 2022 年および 2024 年に深夜帯の開催を廃止して以降、試験的な取組として「3 日間の昼夜開催」および「金曜夜の時間拡大」を継続しました。コア期間の延来場者数は 70.8 万人とコロナ禍以降 3 年間で最も賑わいを記録し、前年度のアンケート調査で示唆された深夜帯の廃止に伴う来場者の期待値との乖離に対し、作品のさらなる充実とエリア展開の再設計で応えた結果、来場者満足度は 2023 年度の深夜開催時と同等の 86.0% に回復を遂げました。特筆すべきは、顧客ロイヤリティ指標 NPS（愛着やファンの度合い）において「+13」という高い数値を記録した点です。国内のレジャー施設等の平均がマイナス圏（-20 ～ -40 程度）に留まる中、このプラス数値は開催形式の変化においても、来場者の「支持」と「愛着」を証明しました。

多変量解析（複雑なデータの関連性をひもとく分析）によると、来場者の意識は「都市回遊・探索」「非日常的な夜間体験」「アクセシビリティ」の 3 因子で構成されており、深夜開催がなくとも「祝祭的なボリューム感」を十分に提供できたことが今回の成功の要因であると示唆されます。経済面でも、波及効果は 2023 年比 31% 増の 2,367 百万円に達し、力強い経済インパクトを創出しました。港区在住者にとって「六本木が多様な文化芸術を継続的に楽しめる街であることの重要度」が 89% に達しました。これは港区在住者が多様な文化芸術を身近に享受できる機会として本事業に高い価値を見出しており、地域の魅力や文化的な厚みを支える重要な要素として位置づけられていることの証左といえます。

一方で、滞在時間の変化（5.8 時間→4.7 時間）については、来場者属性の変化（ひとり来場の増加）や、主要拠点におけるプログラム配置の影響、さらにマップ情報の改善余地など、多層的な要因が複合的に作用している可能性が推察されました。さらに社会的成果としては、六本木のイメージ想起率において「アートに触れられる」で約 17 倍（一般 3.0% vs 来場者 49.8%）、「文化・芸術性のある」で約 10 倍（一般 3.8% vs 来場者 38.3%）という認識変容が確認されました。これは、本事業が、一般的に想起される六本木の「消費」中心の都市イメージを「文化芸術のまち」へとリフレーミングする強力な「転換装置」であることを実証したといえます。

以下が本年度の評価設問に対する結果です。

大評価項目：総合評価

港区における「文化芸術サービスにアクセス・継続享受できる街」としての価値化

評価：都市のブランドイメージを変容させ、高い社会的・経済的インパクトを創出している。

六本木アートナイト 2025 は、都市イメージを「文化芸術のまち」へとリフレーミング（来場者は一般の約 10 倍の想起率）しており、港区の文化的拠点を象徴する事業としての価値を持っている。経済波及効果も 2,367 百万円に達し、2023 年比で大きく伸長した。今後は、受容された本年度の開催形式の基盤の上に、改めて独自性である「深夜帯の祝祭性」を掛け合わせることで、さらなる差別化と価値の深化が期待される。

小評価項目（評価設問）：分析手法・根拠データおよび評価要約

1. 形式変更の受容度

【分析手法と成果】

本年度よりロイヤリティ指標 NPS（ネット・プロモーター・スコア）を用いて、本イベントへの支持を測定しました。結果、NPS は +13 を記録しました。これは国内のサービス産業・イベント業界の平均値（一般的にマイナス圏）を上回る良好な数値です。特に新規層の NPS は +25 と高く、初参加者への強い訴求力が示されました。

【評価】

深夜帯という「時間」のカードに頼らずとも、展示作品の充実とエリア展開が来場者の期待に十分応えたと評価できます。新形式は、「RAN への愛着に変更への愛着」を伴ってある程度受容されたと捉えてよいでしょう。3 日間開催という試験的な開催モデルが受容され、幅広い層が参加しやすい基盤が整ったといえます。

2. 「今年らしさ」の伝達と受容

【分析手法と成果】

2025 の「RAN Focus (韓国)」の浸透度を測る認知度調査と、満足度への影響を探る回帰分析を実施しました。結果、当該プログラムの認知度は 26.2% に留まりましたが、内容を認知した層の興味度は 65.6% を超えました。回帰分析の結果、未知の才能との出会い（セレンディピティ）を重視する層ほど、統計的に満足度が高まりやすい傾向が確認されました。

【評価】

広報面での課題は残るものの、特定の地域に焦点を当てた国際的な取り組みは、未知の作品との出会いがもたらす刺激として、満足度を向上させる重要な要素となっています。

3. エリアと動線の再設計による賑わい向上

【分析手法と成果】

滞在時間分析と、自由記述から心理・物理的摩擦（課題）を導き出す SCAT 分析を組み合わせ、回遊行動を検証しました。コア期間の延来場者数は 70.8 万人と過去 3 年で最多となりましたが、平均滞在時間は 4.7 時間となり、前年から 1.1 時間短縮しました。SCAT 分析では、本イベントの美術館への「文化的ゲートウェイ」機能や、マップ上の情報不足が「探索の楽しみ」を「迷うストレス」に変えている可能性などが見えてきました。

【評価】

街全体の賑わい維持には成功しましたが、平均滞在時間の短縮が施設間回遊の停滞を招いている懸念があります。この要因については、来場者属性の変化や主要拠点におけるプログラム配置の影響、さらには情報環境の課題など、多層的な側面からの検討が求められます。

4. 六本木は、港区在住者^{*1}が日常的に多様な文化芸術を享受できる拠点として高く価値化されているか

【分析手法と成果】

来場者調査と一般調査の比較に基づくイメージ想起率分析により、都市認識の変化を定量化しました。一般調査では六本木を「アートに触れられる街」と捉える割合はわずか3.0%でしたが、来場者では49.8%（約17倍）に跳ね上がりました。また、港区在住者の89%が、街なかで文化芸術を楽しめる環境を「重要」と評価しています。

【評価】

本イベントは六本木を「消費の街」から「文化芸術のまち」へとリフレーミングする強力な転換装置となっています。特に地域住民にとって、身近にアートを享受できる機会は、街のアイデンティティを構成する重要な要素として高く価値化されています。

5. 経済波及効果

【分析手法と成果】

東京都産業連関表を用い、事業費と21.7万人と推計される実来場者の消費額から生産誘発額を算出しました。結果、総合的な経済波及効果は2,367百万円に達し、2023年比で31%の大幅な伸びを記録しました。1人あたりの観光消費単価は6,175円となりました。

【評価】

実来場者数の増加が消費単価の減少をカバーし、地域経済に力強いインパクトを創出しました。

評価大項目	評価小項目	分析手法・根拠データ	評価要約
六本木アートナイトは、港区における「文化芸術サービスをアクセスできる街（六本木）」としての社会的価値を高めたか。	1. 形式変更の受容度	<ul style="list-style-type: none"> 満足度 86.0%（前年比回復） NPS分析：スコア +13（国内レジャー平均を上回る高ロイヤリティ） 多重回答分析：重視点1位「作品数・多様性（1,538pt）」 	【高い支持】 深夜帯なしの形式においても「作品の数」と「街巡り」の充実が期待に応え、高い熱量と支持（NPS+13）を獲得し、試験的な開催形式が概ね受容された。
	2. “今年らしさ”は伝わったか	<ul style="list-style-type: none"> 認知度調査：RAN Focus認知度 26.2%に対し、認知者内の興味度 65.6% 多重回帰分析：未知の作品との出会いが満足度を向上させる傾向（セレンディビティ効果） 	【新たな発見】 特集企画自体の認知には広報上の課題を残したが、未知の才能と出会う「セレンディビティ」が探索欲求を満たした。企画をより深く伝えるガイド機能の強化により、さらなる満足度向上が見込まれる。
	3. エリアと動線の再設計は賑わい向上に効いたか	<ul style="list-style-type: none"> 滞在時間分析：平均 5.8時間 → 4.7時間へ短縮 SCAT分析：マップ情報の不備による探索コストの増大 	【賑わいは維持】 エリア拡張により街の賑わいは維持された。マップ情報の精度向上など「迷わず楽しめる環境」を整えることで、より豊かな鑑賞体験が実現する。
	4. 六本木は、港区在住者が日常的に多様な文化芸術を享受できる拠点として高く価値化されているか	<ul style="list-style-type: none"> イメージ想起率比較：「文化・芸術性のある街」想起率 一般 3.8% vs 来場者 38.3%（約10倍の乖離） 港区来場者の89%が文化芸術拠点の継続を重要視 	【強力なブランド化】 都市イメージを「消費」から「創造」へ転換。住民の約9割が本拠点の価値を共有しており、地域のアイデンティティを醸成している。
	5. 経済波及効果	<ul style="list-style-type: none"> 経済波及効果 2,367百万円 過年度比較：2023年（1,803百万円） 	【確かな経済インパクト】 経済効果は前年比31%増と大きく回復した。

* 1 本報告書の中では「港区在住者」は、港区在住・在勤・在学の回答者も含む。

Executive Summary: Overall Evaluation

Roppongi Art Night 2025 continued the "three-day daytime and evening plus extended Friday night hours" format, which has been implemented as an experimental model since the discontinuation of overnight programming in 2022 and 2024, in order to establish a model for a sustainable urban arts festival. The total number of visitors during the core period reached **708,000**, the highest in the three years since the pandemic. In response to the gap in visitor expectations regarding the discontinuation of overnight hours suggested in the previous year's survey, the event delivered further enhancement of artworks and a redesign of area development. As a result, visitor satisfaction recovered to 86.0%, equivalent to the level of the overnight format in 2023. Notably, the Net Promoter Score (NPS) — a metric indicating the degree of fans' attachment — recorded a high value of +13. While the average for domestic leisure facilities in Japan remains in the negative range (approx. -20 to -40), this positive figure demonstrated the deep "support" and "attachment" of visitors despite the changes in the format.

According to multivariate analysis (unraveling the relationships between multiple data points), visitor perception consists of three factors: **"Urban Exploration," "Extraordinary Night-time Experience," and "Accessibility"**. This suggests that the success was driven by providing a sufficient "festive sense of scale" even without overnight hours, indicating that **the viewing style for this "model of an urban arts festival" has been accepted during the daytime and early evening hours**. Economically, the ripple effect reached 2,367 million yen, a 31% increase over 2023, creating a robust financial impact. For Minato City residents, the importance of "Roppongi being a city where one can continuously enjoy diverse arts and culture" reached **89%**, proving that the project is highly valued as an essential element supporting the city's cultural depth.

On the other hand, regarding the change in average stay (from 5.8 hours to 4.7 hours), it is inferred that multiple layers of factors are acting in combination, such as changes in visitor attributes (an increase in "solo visitors"), the impact of program placement at major hubs, and room for further optimization of visitor information, such as maps. These aspects represent room for improvement to ensure a smoother and more expansive viewing experience.

In terms of social impact, the image of Roppongi saw a dramatic transformation: the perception of it as a place to "experience art" was 17 times higher among visitors compared to the general public (49.8% vs 3.0%), and "cultural/artistic" was 10 times higher (38.3% vs 3.8%). This validates the event's role as a powerful "transformative mechanism," reframing the city's identity to a "City of Culture and the Arts."

Moving forward, based on the foundation of the model established this year, the project is now at a stage to aim for further differentiation and deepening of value by re-incorporating its unique "overnight festivity".

Key Evaluation Outcome: Comprehensive Assessment

Transformation of perception of Minato City as a hub for accessible and continuous engagement with arts and culture

Rating: The project has successfully transformed the city's brand image and generated significant social and economic impact.

Summary: Roppongi Art Night 2025 has reframed the urban image of Roppongi to a "City of Culture and the Arts." (with recall rates approximately 10 times higher than the general public), establishing itself as a symbolic venture for Minato City's cultural hubs. The economic ripple effect reached 2,367 million yen, marking substantial growth compared to 2023. Looking forward, further differentiation and a deepening of value are expected by layering the "festivity of the overnight hours"—a unique characteristic of the event—onto the foundation of this year's newly accepted format.

Results of Evaluation Questions

1. Visitor Acceptance of Format Changes

- **Methodology & Data:** This year, the Net Promoter Score (NPS) was introduced to measure event advocacy, resulting in a score of **+13**. This exceeds the average for the Japanese service and event industries, which typically sits in negative territory. Notably, the NPS among first-time visitors was **+25**, indicating strong appeal to new audiences.
- **Evaluation Result:** The quality of exhibits and the enhancement of programming across the areas effectively met visitor expectations without relying on the "all-night" factor. The new format has been accepted to a certain extent, accompanied by an "affinity for the Roppongi Art Night". The acceptance of this stable, three-day model has established a foundation that makes it easier for a wide range of audiences to participate.

2. Communication and Reception of "Year-Specific" Themes

- **Methodology & Data:** An awareness survey was conducted for the 2025 "RAN Focus (Korea)" programme, alongside a regression analysis on its impact on satisfaction. While awareness of the programme was limited to **26.2%**, the interest level among those who were aware exceeded **65.6%**. Regression analysis confirmed that visitors who value "serendipity" (encountering unknown talent) tended to report statistically higher satisfaction levels.

- **Evaluation Result:** Although challenges in publicity and communications remain, the international art experience focused on a specific region such as this year's RAN Focus serves as a vital stimulus for improving satisfaction through encounters with unfamiliar works.

3. Enhancing Vitality through Redesigned Areas and Visitor Behavioral Patterns

- **Methodology & Data:** Visitor behavioral patterns were analyzed using stay-duration analysis combined with SCAT (Steps for Coding and Theorization) analysis of open-ended survey responses to identify where psychological and physical friction existed to shorten visits. Total visits reached **708,000**, a three-year high, but the average stay duration was **4.7 hours**, a decrease of **1.1 hours** from the previous year. SCAT analysis revealed the event's role as a "cultural gateway" to museums but also suggested that insufficient map information may be turning the "joy of discovery" into the "stress of getting lost".
- **Evaluation Result:** While the event successfully maintained area-wide vitality, there is a concern that the shortened stay duration may be leading to a stagnation of movement between facilities. Regarding the cause of this trend, it is necessary to consider multi-layered factors, including changes in visitor attributes, the impact of program placement at major hubs, and challenges within the information environment.

4. Valuation of Roppongi as a Hub for Resident Engagement with Arts

- **Methodology & Data:** Changes in urban perception were quantified through a comparison of image recall rates between event visitors and the general public. In the general survey, only **3.0%** perceived Roppongi as a "city where one can encounter art," whereas this figure jumped to **49.8%** (approx. 17 times higher) among visitors. Additionally, **89% for Minato City residents, workers, and students** rated the ability to enjoy arts and culture within the city as "important".
- **Evaluation Result:** The event serves as a powerful mechanism for reframing Roppongi to a "City of Culture and the Arts". For local residents, the opportunity to engage with art in their daily environment is highly valued as **an important element that constitutes the city's identity**.

5. Economic Ripple Effect

- **Methodology & Data:** Economic Impact Assessment was calculated using the Tokyo Metropolitan Input-Output Tables, based on project expenditure and the spending of an estimated **217,000 actual visitors**. The total economic ripple effect reached **2,367 million yen**, a significant **31% increase** over 2023. Individual tourism consumption per capita was **6,175 yen**.
- **Evaluation Result:** The increase in actual visitor numbers covered the decrease in per-capita spending, creating a powerful impact on the local economy.

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アートの饗宴として、多様な文化施設や商業施設が集まるこの街に、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様々な作品を点在させ、非日常的な体験を創出してまいりました。

2025年度の第14回開催では、港区文化芸術振興プランに則り、六本木を多様な人と文化が共生する国際的な文化発信拠点にふさわしい場所とするべく、特定の国・地域に焦点を当てる取り組み「RAN Focus」において「韓国」を特集いたしました。日韓国交正常化60周年という節目に際し、これまでの六本木アートナイトの実績とネットワークを最大限に活用し、韓国美術界の伝統と革新に光を当てた多角的なプログラムを展開したことで、アートを通じた相互理解の深化と国際交流を促進する一助となりました。

本年度の開催では、コロナ禍を経て定着した「3日間の昼夜開催」および「金曜夜の時間拡大」という形式を継続しました。延来場者数は70.8万人(延長展示期間除く)とコロナ禍以降の3年間で最大の賑わいを記録し、この開催形式が広く受容されていることが示されました。本評価報告書では、こうした開催規模の拡大に伴う来場者の回遊行動や、港区在住・在勤者を中心とした地域にとっての価値を多角的に検証し、持続可能な都市型芸術祭としてのあり方を分析しています。

東京都および港区が持つ国際性と創造的な魅力を広く発信し、都市空間において先駆的な文化プログラムを実現したことは、世界的な文化発信地としての六本木の存在価値を改めて定義する重要な契機となりました。

最後に、本事業評価にご協力いただいたすべてのステークホルダーの皆様、そしてご来場いただいた皆様に心より御礼を申し上げます。

2026年3月

六本木アートナイト実行委員会

評価に向けて



評価に向けて

1. 評価の目的と背景

六本木アートナイトは、創設以来「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」と「アートを通じた街づくりの達成」をミッションに掲げ、日本の都市型芸術祭の先駆的モデルとして開催を重ねてきました。2025年度は、2022年以降定着しつつある「深夜帯（オールナイト）の廃止と3日間開催」という形式を基盤としつつ、金曜夜の開催時間拡大や、龍土町美術館通りでの六本木街なかプログラムを展開など、新たな賑わいの創出を試みました。

まずは過去の評価報告書の骨子を示し、2025年度の評価報告書の目的を明確にします。

- 2022年：コロナ禍を経て3年ぶりの開催。深夜帯を廃止し、3日間の昼夜開催へ変更。「非日常的な夜の祝祭性」が薄れた一方で、会期の延長により「量（多様な作品）」を楽しむ新しい鑑賞スタイルが受容され始めた年であった。「アートと街をつなぐ装置」としての機能回復が評価された。
- 2023年：4年ぶりにオールナイト開催が復活。「深夜滞在層」が高い満足度を示し、夜間の祝祭性が大きな魅力であることが再確認された。一方で、経済波及効果は単価の減少により前年比減となり、開催形式と経済効果の相関に課題が残った。
- 2024年：2022年同様に深夜帯の廃止と3日間の昼夜開催へ再度変更。しかしながら満足度の中でも（とても楽しかった）が31%まで低下し、過去最低水準となった。これは深夜帯の再度の廃止や展示規模の縮小感に対し、リピーター層の期待値との乖離（ギャップ）が生まれたためである。「時間・量・強度」の何が不足しているのか、詳細な検証が求められた年であった。（内部用レポートとして作成・非公開）

2024年度の評価において、満足度の低下とともに

に「深夜帯がないことによる特別感の喪失」や「展示規模の縮小感」が課題として浮き彫りになったことを受けて、本年度は引き続き、これらの変更が来場者の行動や意識にどのような変容をもたらし、イベントの価値にどのような影響を与えたか検証することを主たる目的とします。以下の「評価グリッド」に基づいた評価設問に従って多角的な検証をおこないます（図1）。

主要な評価設問

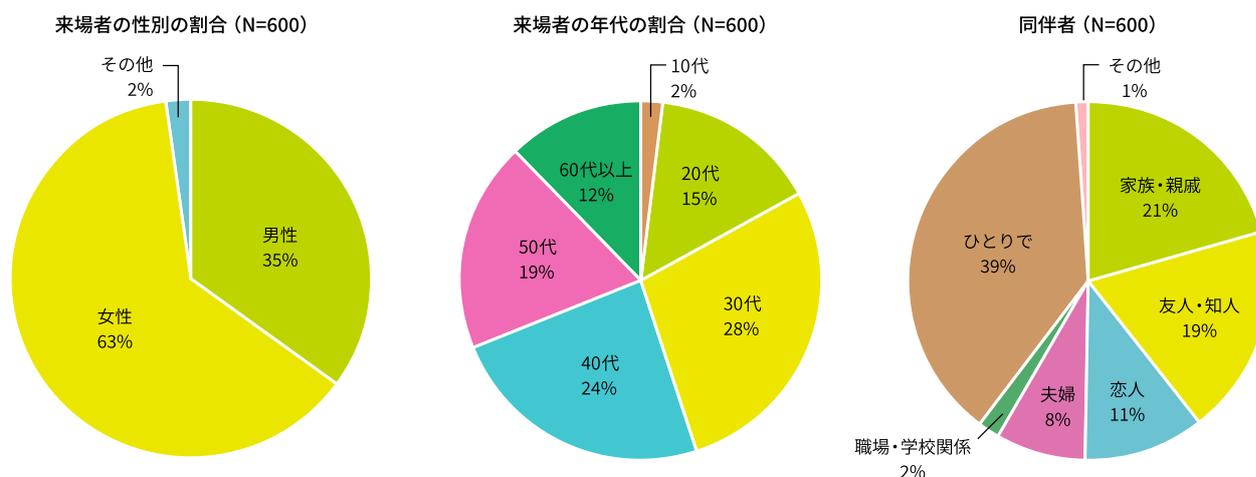
1. **開催形式変更の受容度**：3日間開催や金曜夜の拡大は、来場者の満足度やロイヤリティにどのような影響を与えたか。また、来場者は「時間（夜）」「量（作品数）」「強度（質）」の要素のうち、どの要素を最も重視したのか。
2. **「今年らしさ」の伝達と受容**：2025の「RAN Focus（韓国）」などの新規要素は認知され、今年らしいメッセージとして機能したか。
3. **回遊行動の変化**：来場動線の再設計は、回遊行動や場の活性化に寄与したか。また、回遊を阻害する要因は何か。
4. **港区在住者にとっての価値**：六本木アートナイトへの参加は、「六本木の街のイメージ」や「個人のライフスタイル」にどのような変容をもたらしたか。
5. **経済波及効果**：地域への経済的な貢献度は維持されているか。

ここからは、来場者アンケート調査^{*2}から、来場者全体の属性と満足度の結果と傾向を見てみましょう。

図 1. 評価グリッド

評価大項目	評価小項目	必要な評価データ（評価の視点）	分析手法・根拠データ
六本木アートナイトは、港区における「文化芸術サービスにアクセスできる街（六本木）」としての社会的価値を高めたか。	1. 形式変更の受容度	開催形式の変更が来場者の満足度やロイヤリティに与えた影響、および参加動機の主要因を把握する。	<ul style="list-style-type: none"> 来場者アンケート（満足度、NPS） 多重回答分析（重視項目の特定） 因子分析（来場動機の構造化）
	2. “今年らしさ”は伝わったか	企画テーマの浸透度と、新規要素が全体の鑑賞体験や満足度に寄与する度合いを検証する。	<ul style="list-style-type: none"> 来場者アンケート（認知度・興味度） 多重回帰分析（満足度への寄与度検証）
	3. エリアと動線の再設計は賑わい向上に効いたか	エリア拡張に伴う回遊行動の変化を定量的に捉え、来場者視点に基づく体験プロセスの課題を特定する。	<ul style="list-style-type: none"> 来場者アンケート（平均滞在時間、施設間回遊率） SCAT分析（自由記述による定性的体験分析）
	4. 六本木は、港区在住者が日常的に多様な文化芸術を享受できる拠点として高く価値化されているか	参加を通じた都市に対する認識変容の測定、および地域住民による本プログラム活動の評価を行う。	<ul style="list-style-type: none"> 来場者アンケート（意識変容調査） 一般調査（港区住民抽出比較） イメージ想起率比較分析
	5. 経済波及効果	事業支出と来場者消費に基づく経済的影響を推計し、経年比較による事業規模の推移を評価する。	<ul style="list-style-type: none"> 経済波及効果推計（東京都産業連関表） 過年度比較分析（2022年・2023年実績対比）

図 2. 回答者属性グラフ



* 2 今回は来場者向けアンケート調査（現場調査およびネット調査）と、一般向け（来場していない人も含めた）アンケート調査（リサーチモニターを利用したネットリサーチ）を実施した。実施概要については p.38 の付録を参照のこと。

来場者データ概要：女性約6割、ひとり来場約4割、初めて来場2.5割

来場者データの回答のうち性別は女性が63%を占め、年代は30代(28%)が最多。これらは過去の調査結果と大きな相違はありません。しかし特筆すべきは「ひとり来場」が38.7%と、2023年(28.5%)、2024年(34.0%)から年々増加傾向にある点であり、個人の没入体験としてのニーズが高まっていることを示唆しています(図2)。そのほか、リピーターがおおよそ74.2%、初めて参加した新規来場者は25.8%、美術館に年間10回以上参加、アートフェスティバルに過去10回以上参加の割合が共に35%前後とアートに慣れた来場者が比較的多いのが特徴です。

来場者データ概要：9割近くが満足

86%の参加者が「楽しかった」と評価。前回より満足度が7ポイント増加し、深夜開催(2023年・88%)時の数字に回復しています。特に「とても楽しかった」が41%と昨年の31%よりも10ポイント増加し、「あまり楽しくなかった・楽しくなかった」は4%と前回8%の半分に減っています。またリピーターと比較すると、「今回初めて」の新規来場者は93%と高い満足度を示しています(図3)。

2. 評価手法

本年度の評価では、評価設問1-3に関しては従来の単純集計に加え、多変量解析による統計的な因果関係、および質的分析(SCAT分析)による体験の構造化、ロイヤリティ測定(NPS)を組み合わせることで、来場者が感じている六本木アートナイトへの評価要素の解明を試みました。評価設問4は、来場者アンケート調査から港区在住者のみを母数として取り出した分析および一般調査との比較を中心

に、評価設問5は令和2年(2020年)東京都産業連関表を使用して計算・分析を試みました(図1)。

主要分析ツールとその目的

評価設問1-3で使用した、主要な4つの分析手法について詳述します。

2.1. NPS分析(ネット・プロモーター・スコア)

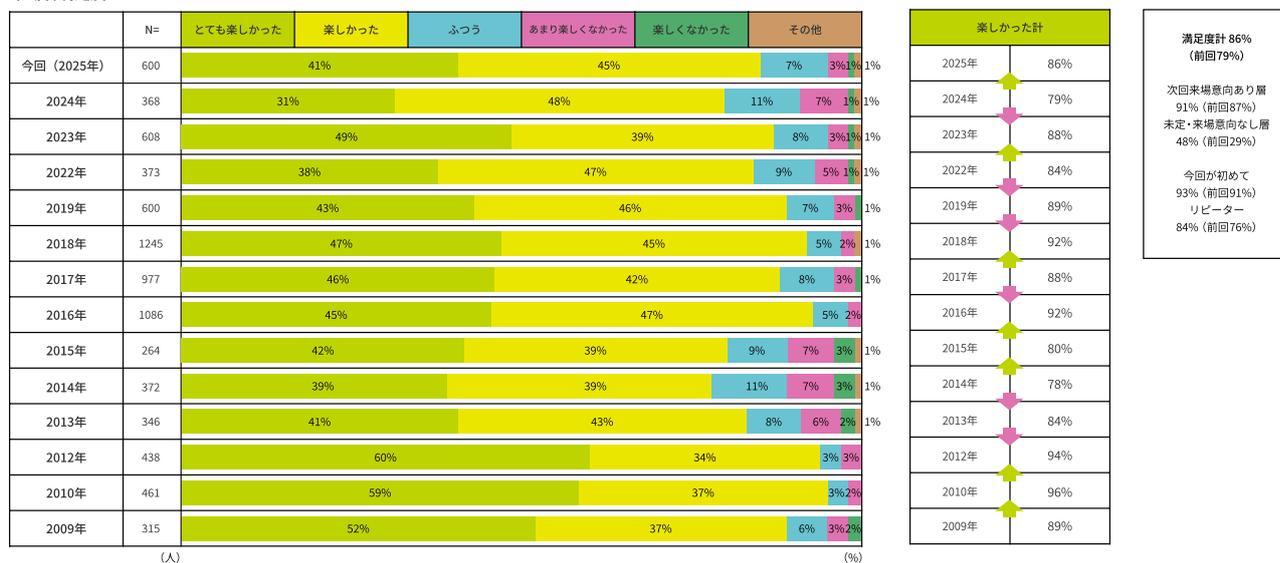
- ・ **概要**：「あなたは六本木アートナイトを親しい友人にどの程度勧めたいと思いますか？」という質問に対し、0～10点で回答を求め、推奨者(9～10点)の割合から批判者(0～6点)の割合を差し引いてスコア化する指標。
- ・ **導入目的**：単なる「満足(現状への肯定)」を超えた、イベントに対する「愛着・ロイヤリティ」や「他者への推奨意欲」を測定し、事業のブランド力を可視化する。

2.2. 因子分析

- ・ **概要**：「六本木アートナイトに参加する際に重視する12項目」の回答パターンを解析し、その背後に潜む共通の「潜在因子(評価軸)」を統計的に抽出する手法。
- ・ **導入目的**：来場者のニーズを「夜を楽しみたい」「無料だから」といった表面的な言葉通りに受け取るだけでなく、その奥底にある「没入欲求」や「都市探索への回遊欲求」といった、言語化されにくい意識を顕在化する。

図 3. 六本木アートナイト 2022 の評価結果

来場者満足度



2.3. 多重回答分析

- **概要:** アンケート調査などで「あてはまるものをすべて選んでください」といった複数回答 (MA: Multiple Answer) 形式の質問を、統計的に集計・分析する手法。来場者が「重視する点」として挙げた上位3つの回答に対し、順位に応じた重み付け (1位=3点、2位=2点、3位=1点) を行い、スコア化して集計。
- **導入目的:** 単なる選択率の多寡ではなく、「絶対に譲れない要素」と「あれば嬉しい要素」の強度差を反映させることで、来場者が「時間」「量」「質」の3軸のうち、どれを真に求めているかを明らかにする。

2.4. SCAT 分析 (Steps for Coding and Theorization) * 3

- **概要:** 大谷尚氏によって開発された質的データ分析手法。自由記述のテキストデータに対し、単語の頻出分析にとどまらず、「①テキストの記述」→「②脱文脈化(事実の整理)」→「③再文脈化(意味の解釈)」→「④概念化(理論の構成)」という4段階のコーディングを行う。
- **導入目的:** 個別の満足・不満の記述から、心理的・物理的な「摩擦」を導き出し、満足度を左右するメカニズムを明らかにする。

* 3 SCAT(Steps for Coding and Theorization) では、マトリクスの中にセグメント化したデータを記述し、それぞれに、<1> データの中の着目すべき語句、<2> それを言い換えるためのデータ外の語句、<3> それを説明するための語句、<4> そこから浮き上がるテーマ・構成概念の順にコードを考へて付していく4ステップのコーディングと、<4> のテーマ・構成概念を紡いでストーリーラインを記述し、そこから理論を記述する手続きとからなる分析手法である。この手法は一つだけのケースのデータやアンケートの自由記述欄などの、比較的小規模の質的データの分析にも有効である。大谷尚.(2011). SCAT : Steps for Coding and Theorization—明示的手続きで着手しやすく小規模データに適用可能な質的データ分析手法—。感性工学, 10(3), 155-160.



評価設問



評価設問

1.【評価設問 1】開催形式変更の受容度

1.1 NPS（ネット・プロモーター・スコア）*⁴によるロイヤリティ評価

本年度より、新たな評価指標としてアンケート調査設問に加えた NPS の結果は、来場者が本イベントを「他者に勧めたい価値がある」と高く評価していることを示しており、開催形式の変化後も六本木アートナイトが根強い支持（ブランド・ロイヤリティ）を維持していることを裏付けるものとなりました（図 4）。

- ・ NPS= 推奨者（9～10点）－批判者（0～6点）
- ・ 構成比：推奨者 37%（25.7%+10.5%）、中立者 41%、批判者 24%。
- ・ 全体スコア：+13

分析結果：新規層の高い支持

日本国内の消費者調査では、回答者が中間（5点や6点）を選びやすい「中心化傾向」があるため、多くのサービス産業やイベントにおいて NPS 平均はマイナス（-20～-40程度）となることが一般的です*⁵。その中で、プラスの数値である「+13」を記録したことは、エンタテインメント系イベントは比較的高めの数値が出る傾向にあるとはいえ、六本木アートナイトが来場者から高い熱量と支持を獲得しているといえます。セグメント別に見ると、新規来場者の NPS が「+25」（推奨者 44%）と突出して高い数値です。これは本事業が、初体験の層に対してインパクトを与え、ファン化させる力があることが明らかになったといえます。一方、リピーターのスコア（+9）が相対的に低い点は、過去の「オールナイト開催」等との比較による期待値の高さや、マンネリ化へのシビアな視線が含まれていると解釈すべきであり、継続的なプログラムの刷新が必要であることも示しています。

1.2 因子分析による来場者の評価軸の構造化

来場者が六本木アートナイトに参加する際に重視する 12 項目の回答パターンを解析し、その背後に潜む共通の「潜在因子（評価軸）」を統計的に抽出する分析を行いました。これらの 12 の項目は、来場者アンケート調査にて回答者ごとに 3 要素を選択、順位づけをしてもらいました。IBM の SPSS ソフトによる因子分析（主成分分析・バリマックス回転）を行った結果*⁶、以下の 3 つの潜在因子が抽出されました。これにより来場者は、六本木アートナイトに対して「都市回遊・探索」「非日常的な夜の体験」「アクセシビリティ・手軽さ」を評価していることが明らかになりました（図 5）。

- ・ **第 1 因子：『都市回遊・探索』**（項目 2,5,9,11 のグループ）
 - 関連項目：「街を巡りながら」「街全体がアート空間」
 - 解釈：特定の作品だけでなく、六本木という都市空間の変容や探索を楽しむ層のニーズ。
- ・ **第 2 因子：『非日常的な夜の体験』**（項目 1,3,4,8 のグループ）
 - 関連項目：「夜間に作品を楽しめる」「お祭りムード」
 - 解釈：深夜帯のアート鑑賞という非日常性そのものを目的とする層のニーズ。
- ・ **第 3 因子：『アクセシビリティ・手軽さ』**（項目 5,6,7,10,11,12 のグループ）
 - 関連項目：「無料で参加できる」「気軽さ」
 - 解釈：心理的・金銭的なハードルの低さを重視する層のニーズ。

図 4. NPS スコアの分布図

今回参加してみて「六本木アートナイト」を他者に薦める可能性 (10点満点)

		N=	10点	9点	8点	7点	6点	5点	4点	3点	2点	1点	0点	平均点
全体 (2025年)		600	26			11	23		18		9	9	2.211	7.7点
			(人)											(%)
		N=	10点	9点	8点	7点	6点	5点	4点	3点	2点	1点	0点	平均点
全体 (2025年)		600	26	11	23	18	9	9	2	2	1	0	1	7.7
満足度	満足	516	30	12	26	20	8	3	0	0	0	0	0	8.2
	普通・不満	84	1	0	1	6	18	43	12	8	4	2	5	4.7
来場意向	来場意向あり	535	29	11	25	18	9	6	1	1	0	0	0	8.0
	未定・来場意向なし	65	0	5	5	19	15	32	9	5	5	2	5	5.2
来場経験	今回が初めて	155	34	10	19	17	11	6	1	1	0	0	0	8.1
	リピーター	445	23	11	24	19	9	10	2	2	1	0	1	7.6
			(人)											(%) ※+1点でマーキング

図 5. 因子パターン行列と解釈* 7

Q7. 「六本木アートナイト」に参加する上で、あなたが重視する点を、下の選択肢の中から重要な順に3つお選びください。	
項目1	夜間に作品を楽しむこと (時間帯：鑑賞する時間に関する項目)
項目2	昼間(17時以前)から楽しめるプログラムがあること (時間帯：鑑賞する時間に関する項目)
項目3	多くの人で賑わう、お祭りのような雰囲気味わえること (作品の強度：個々の作品の質やインパクト、鑑賞の深さに関する項目)
項目4	自分のペースでじっくり作品を鑑賞できること (作品の強度：個々の作品の質やインパクト、鑑賞の深さに関する項目)
項目5	世界的に有名なアーティストの作品が見られること (作品の強度：個々の作品の質やインパクト、鑑賞の深さに関する項目)
項目6	これからの活躍が期待される新しい才能に出会えること (作品の強度：個々の作品の質やインパクト、鑑賞の深さに関する項目)
項目7	写真映えるような、斬新でインパクトの大きい作品が見られること (作品の強度：個々の作品の質やインパクト、鑑賞の深さに関する項目)
項目8	自分の目当てのアーティストや作品が見られること (作品の強度：個々の作品の質やインパクト、鑑賞の深さに関する項目)
項目9	数多くの多様な作品を、街を巡りながら楽しむこと (作品数：作品の量や多様性、体験の広がりに関する項目)
項目10	無料で参加できる作品やパフォーマンスが充実していること (作品数：作品の量や多様性、体験の広がりに関する項目)
項目11	普段は入れない場所や屋外など、六本木の街全体がアート空間になること (作品数：作品の量や多様性、体験の広がりに関する項目)
項目12	アート鑑賞だけでなく、音楽やワークショップなど多様なプログラムに参加できること (作品数：作品の量や多様性、体験の広がりに関する項目)

回転後の成分行列a

	成分		
	1	2	3
項目9	-0.644		
項目11	-0.552		.370
項目2	.505		
項目3		-0.642	
項目1		-0.635	
項目8		.457	
項目4		.334	
項目10			-0.752
項目5	.339		.380
項目6			.370
項目12			-0.369
項目7			.351

因子抽出法: 主成分分析

回転法: Kaiser の正規化を伴うバリマックス法

a. 6 回の反復で回転が収束しました。

* 4 Bain & Company が 2003 年に開発した自社を支持する顧客層や離反する恐れのある顧客層を特定し顧客ロイヤルティをはかる調査手法。 <https://www.bain.com/ja/consulting-services/customer-strategy-marketing/about-nps/>

* 5 NPS 調査において批判者が 0 ~ 6 と広いのに対し、推奨者が 9、10 に限られることに加え、日本の消費者は中間付近の評価を行う傾向が高いため、日本の消費者を対象に調査した NPS はマイナスになることが多い。また、調査対象が、調査会社が保有するアンケート・モニタか、自社顧客リストにある顧客なのかによって NPS スコアは大きく変動するため、注意が必要である。
<https://www.nttcoms.com/service/nps/summary/>

* 6 主成分分析 (PCA) とは、多数のデータを要約して、情報の損失を最小限に抑えつつ少数の「主成分」にまとめる手法である。各成分は互いに相関(重なり)を持たない独立した指標として作成され、第 1 成分から順にデータの全体像を最もよく表す重要な情報が割り振られる。バリマックス回転とは、抽出された因子の意味を解釈しやすくするために、データの「軸」を回転させて整理する手法。各変数が特定の因子にだけ強く関連するように調整(単純構造化)することで、「どの変数がどの因子に属しているか」をはっきりさせる目的でおこなう。

* 7 本分析における「作品の強度」とは、単に個別の芸術的完成度を指すだけでなく、「その作品が設置されることで周囲の空間を祝祭化し、人々を惹きつける力」を含む。例えば「お祭りのような雰囲気を味わえること」という項目がこのグループに含まれるのは、来場者が「多数の作品の羅列」としてではなく、「個々の作品が放つエネルギーが街の喧騒と一体化した、質の高い祝祭体験」として評価していると解釈する。

考察：来場者のニーズは「鑑賞派」と「体験派」に二極化

今回の分析から、来場者は大きく「作品鑑賞を主目的とする層」と、「街歩きや夜の祝祭空間そのものを主目的とする層」の2グループに大別されることが明らかになりました。以下の興味深い傾向(負の相関)が確認できます：

- ・「街歩き派」と「有名作家派」の分離：「街全体がアート空間になること」を重視する層は、意外にも「特定の有名アーティスト」には強い執着を示さない傾向があります。
- ・「夜間体験派」と「目当ての作家派」の分離：深夜帯の非日常性を楽しみたい層は、「特定の目当ての作品」を見るために来場しているわけではないことが示唆されました。

つまり、2025年の満足度回復は、特定のスター作品による集客というよりも、街全体の「都市祝祭としてのボリューム感」が、「街歩き・祝祭体験派」のニーズを充足させた結果であると考えられます。一方で夜間体験への渴望も根強く残っていることがわかりました。

1.3「量と回遊」への希求

全回答を「時間帯」「作品数(量・多様性)」「作品の強度(質・体験)」の3軸でグループ化し、度数分布表をもとに重みづけをおこない分析した結果、以下の通りの結果となりました(図6)。

考察：都市祝祭としてのボリューム感が満足度を牽引

「夜間(時間帯)」への要望は根強いものの、総合的な重み付けスコアでは、「無料で」「数多くの作品を」「街を巡りながら」楽しむという「量」と「回遊」の体験(作品数・多様性グループ)が、最も強く求められている

ことが判明しました。選択肢の数による有利不利を考慮しても、「作品数・多様性グループ」に含まれる各項目は高い支持を得ています(図6)。2022年度から現在までの来場者アンケート調査にて「規模の縮小感(量の不足)」(と参加者が感じたこと)はたびたび指摘がありましたが、来場者の参加体験において規模感をもっとも重視されていることが明らかになりました。つまり深夜開催という「時間」のカードを切らずとも、作品数とエリア展開によって「都市祝祭としてのボリューム感」を提供できることが、満足度回復の要因のひとつではないかと考えられます。

2.【評価設問2】「今年らしさ」の伝達と受容

新企画「RAN Focus」の受容と期待

2024年より開始した、特定の国や地域に焦点を当てるプログラム「RAN Focus」を継続し、本年度は『韓国』を選定しました。この取り組みは、開催地・六本木の多国籍な特性を活かし、特定の地域文化と深く交差することで、単なる作品展示を超えた「国際的な祝祭性」という六本木アートナイトの独自性を鮮明にするものです。このRAN Focusについて、アンケート調査の認知度および認知者における興味度、韓国文化への興味度について回答結果を分析します。

さらに前節(1.2)で扱った来場者の評価軸から、項目5(有名なアーティストの作品)、項目6(新しい才能)、項目8(目当てのアーティスト・作品)に焦点を当てて、回帰分析をおこない満足度への影響を測りました。

【分析結果】

今年の新機軸である「RAN Focus(韓国)」の認知度は図7Aの通り26.2%に留まり、広報面での課題を残しました。しかし、認知した層の中での「鑑賞興味度」は65.6%を超えており、コンテンツ自体のポテンシャルは高いことが証明されています。ま

図 6. 重視点ランキング（多重回答分析）

グループ	選択回数合計	構成比	重み付けスコア合計
作品数（項目9, 10, 11, 12）	786回	43.7%	1,538点
作品の強度（項目3, 4, 5, 6, 7, 8）	622回	34.6%	1,196点
時間帯（項目1, 2）	392回	21.8%	866点

図 7A. RAN Focus の認知度と興味度

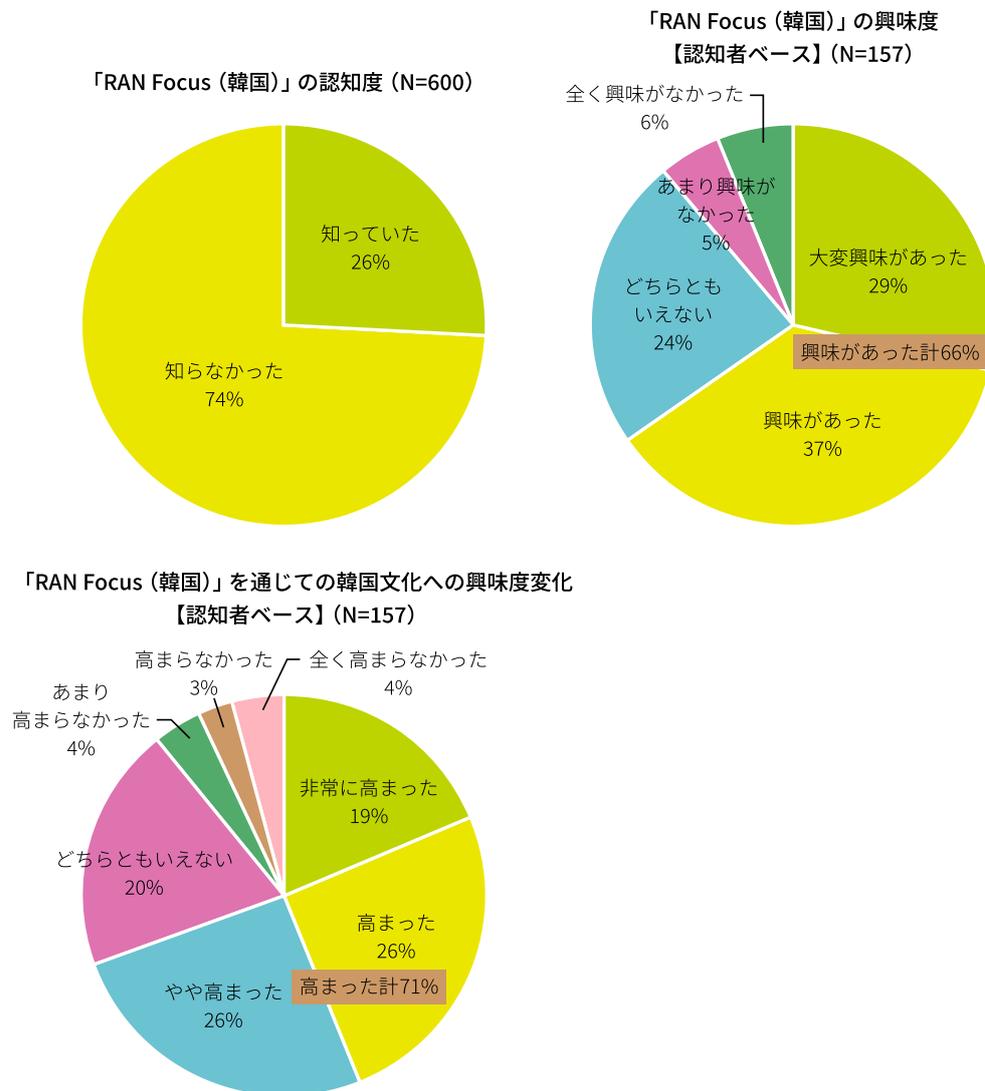


図 7B. 重視項目の回帰分析結果

説明変数（重視した項目）	偏回帰係数 (B)	有意確率 (p値)	満足度への影響
項目8：目当ての作家・作品	0.251(*)	0.089	低下しやすい（正の相関）
項目6：新しい才能（未知の作品）	-0.165	0.22	高まりやすい（負の相関）
項目5：有名アーティスト	-0.146	0.218	高まりやすい（負の相関）

* 満足度の尺度が 1: 満足～ 6: 不満 であるため、係数がプラスなら満足度が下がり、マイナスなら満足度が上がることを意味します。

た回帰分析の結果、「特定の目当てのアーティスト」を重視する層は、満足度が低下しやすい傾向にある一方、「未知の作品との出会い」や「有名アーティスト」を重視する層は満足度が高まりやすいことが確認されました（図 7B）^{*8}。これは特定の対象への期待が、混雑や期待する作品強度等によるギャップを生みやすい反面、RAN Focus のような「未知の才能に出会える（セレンディピティ）」要素は、第 1 因子（探索）を刺激し、満足度向上に寄与することを示唆しています。

3.【評価設問 3】回遊行動の変化

3.1 施設間回遊

2025 年は龍土町美術館通りでの六本木街なかプログラムの展開など回遊デザインの工夫をおこないましたが、その効果はどうだったのでしょうか。各会場への訪問率と滞在時間の相関を見ると、総来場者数は 70.8 万人と増加したため、賑わいは維持された反面、平均滞在時間の短縮が施設間の回遊の停滞を招いている懸念があります。例えば、来場者が足を運んだ平均会場数は 2022 年 3.7 カ所、2023 年・2024 年 3.5 カ所と減少傾向にあります。この要因については、以下の事象が複合的に影響している可能性が推察されます。

分析結果：滞在時間の壁

2025 年の平均滞在時間は 4.7 時間となり、前年から 1.1 時間短縮しました（図 8A）。これは「ひとり来場」の増加（38.7%）とも相関している可能性があります。すでに「ひとり来場」が 38.7% と、2023 年（28.5%）、2024 年（34.0%）から年々増加傾向にある点は前述しましたが、それに加えて滞在時間が短くなったことで、主要ハブ（六本木ヒルズ、東京ミッドタウン）から街なか各所への接続した訪

問は維持されたものの、そこからさらに各美術館へ「もう一足」を延ばす余裕がなくなり、美術館への回遊が過年比で少しずつ低下する傾向も見られます（図 8B・C）。観客属性としてアート鑑賞頻度が高い層が中心であるにもかかわらず、有料美術館への回遊は 10%～20% 前後に留まっています。国立新美術館での六本木アートナイト期間の独自プログラムなど、主要な回遊拠点における訪問動機づけの多寡が、滞在時間に影響を与えた可能性が考えられます。今後は「時間的余裕」や「動機づけ」と美術館への回遊の発生の相関について、より詳細な調査が必要でしょう。

3.2 SCAT 分析による満足・阻害要因の構造化

自由記述回答を用いた SCAT 分析を行い、六本木アートナイトのロジックモデル^{*9}と対比させながら体験プロセスにおける「短期アウトカム達成概念と妨げる阻害要因」を特定しました。図 9 では、これらの阻害要因は解決すべき「改善に向けた課題」として整理し、達成を支える概念との対照構造で示しています。事業の基本理念（非日常の創出、ライフスタイルの提案等）から導き出した『4 つの短期アウトカム（期待される成果）』^{*10}として整理し、評価の軸としています。SCAT 分析によって特定された「達成概念」と「阻害要因」とは、来場者の自由記述から抽出された、満足感や回遊行動、逆にそれらを妨げる心理的・物理的な摩擦（課題）を指します。それぞれ概念の下には代表的な記述例を載せています。

分析では、来場者の自由記述を構造化した SCAT 分析の結果と、1.3 節で示した因子分析の 3 要因（「都市回遊・探索」「非日常的な夜間体験」「アクセシビリティ」）を照らし合わせ、満足度を左右するメカニズムの特定を試みました。分析の結果、満足度を支える「促進要因」と、それを妨げる「阻害要因（課題）」は表裏一体の関係にあることが示唆されました。例えば、短期アウトカム 1「非日常的な体験

図 8A. 平均滞在時間の推移

開催年	平均滞在時間
2025年	4.7時間
2024年	5.8時間
2023年	7.1時間 ※
2022年	4.7時間
2019年	6.9時間 ※
2018年	6.5時間 ※
2017年	6.5時間 ※
2016年	5.7時間 ※
2015年	7.1時間 ※
2014年	7.7時間 ※
2013年	7.8時間 ※
2012年	7.6時間 ※
2010年	8.0時間 ※

※印はオールナイト開催

図 8B. 各会場の重複訪問状況

各会場の重複訪問状況

注) 横方向へご覧下さい。

訪問会場	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	六本木ヒルズ	街なか各所
国立新美術館		19.4	89.0	23.6	27.8	91.1	77.2
サントリー美術館	60.5		90.8	31.6	38.2	88.2	75.0
東京ミッドタウン	47.1	15.4		18.1	21.9	94.2	77.2
21_21 DESIGN SIGHT	60.2	25.8	87.1		43.0	90.3	66.7
森美術館	48.2	21.2	71.5	29.2		91.2	61.3
六本木ヒルズ	39.5	12.2	77.1	15.4	22.9		72.0
街なか各所	44.1	13.7	83.4	14.9	20.2	94.9	

(%)

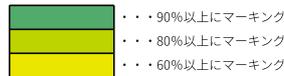
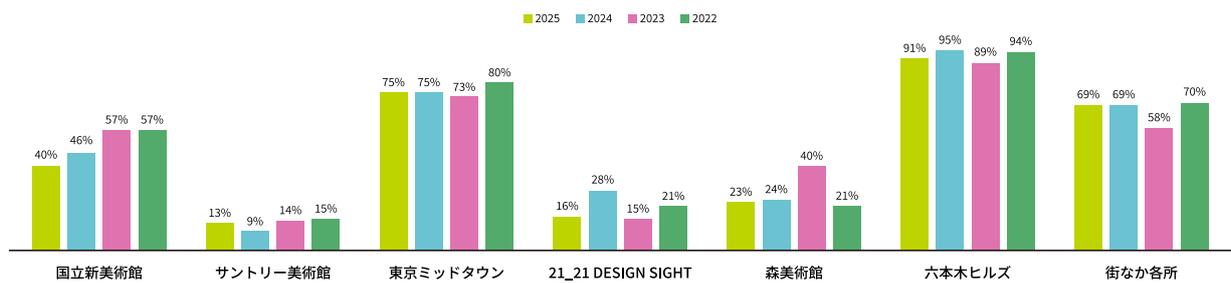


図 8C. 各会場の訪問率

足を運んだ会場



* 8 項目 8 (目当てのアーティスト) の係数が +0.251 で、有意確率が 0.089 ($p < 0.1$) であったため、統計的に有意な傾向 (10% 水準) が認められる。つまり特定の作家を目当てに来る人は、混雑で作品が十分に見られなかったり、期待値が高かったりするため、期待と現実のギャップが生じやすく、結果として満足度スコアが悪化 (数値が上昇) しやすい傾向があるといえる。また項目 6 (新しい才能) の係数が -0.165、項目 5 (有名作家) が -0.146 で有意確率は 0.22 程度と統計的な「有意差」には至っていないが、係数がマイナスであることから、これらを重視する層は総合満足度が高くなりやすい (数値が下がる) 傾向にあるといえる。

* 10 ロジックモデルにおける来場者向けの短期アウトカムは「アートへの関心が高まる」「アートを楽しむ機会になる」「六本木のイメージがアップする」「アートナイトへの理解が深まる」が設定されているが、図 9 で使用している短期アウトカムの表現は、本事業の基本理念 (非日常的な体験の創出、アートへの関心と行動への波及効果、都市の新たな魅力の発見・回遊、生活の中でアートを楽しむ) に則って補足し、事業が目指す変化を概念化したものである。

* 9 「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事業評価報告書 2022」は、次のページからダウンロード可能。
<https://www.roppongiartnight.com/2023/evaluation.html>
<https://www.roppongiartnight.com/2022/evaluation.html>

の創出」において、促進要因である「祝祭性の享受」は、阻害要因である「祝祭密度の維持とスケール感の確保」という課題と密接に結びついています。つまり、期待された祝祭性が十分に提供されれば満足に繋がり、密度が不足すれば不満（阻害要因）に転じるという構造です。

以下では、この「促進」と「阻害」のメカニズムについて、回遊を抑制した「物理的な阻害」と、「心理的なアクセシビリティ」の2点に着目し、アンケート結果と併せて具体的な分析を行います。

3.2.1 時間と探索コスト

アンケート調査において会場以外の参加施設 / ギャラリー等に「行った」が21.8%と、ここ近年は30%台でしたが今回は大幅に減少しました。また利用しなかった理由として「時間がなかった」が58.3%、「場所がわからなかった」が21.5%を占めました。公式ガイドブックの評価自体は高いものの（役に立った計79.6%、前年より14.7ポイント上昇）、自由記述では「街なか展示の一部がマップ上に表示されておらずどこにあるかわからない」といった声も散見されました。情報ナビゲーションの課題が、来場者の持つ「探索の楽しみ」を「迷うストレス」へと変質させている可能性があります。^{*11} 以上のことから、現時点で特定の要因による因果関係の特定は困難ですが、今後は「探索コストの低減」と「主要な回遊拠点への訪問動機付け」の両面から体験デザインを再構築し、滞在時間の延伸を図るアプローチが有効であると考えられます。

3.2.2 都市祝祭の「文化的ゲートウェイ」機能

来場者が「無料の祝祭」としての開放感を享受する^{*12}一方で、美術館という「制度的空間」への訪問を選択的に保留し、アートナイト独自のコンテンツに集中している実態を示唆しています。それは前

述したようにアート鑑賞頻度が高い層来場者の属性（リピーター約75%、美術館年間10回以上訪問約35%）にもかかわらず、前節3.1の図8B・Cで示した有料の美術館への回遊が10%～20%前後であることから合致しています。滞在時間の短縮傾向についても、限られた時間資源を「祝祭」体験に優先的に配分させた結果といえましょう。しかしイベント後の六本木エリアの美術館訪問意向が85.4%（特に新規来場者は90.3%）と高い数値を示している点は、特筆すべき点です。つまりアクセシビリティを重視する層、特に美術館未経験層やライト層、幼い子連れの保護者等、普段、美術館をはじめとする文化施設の訪問に対し心理的・経済的ハードルを高く感じがちな層や、新規来場者にとっては、六本木アートナイトは美術館という「制度」と市民の「日常」を繋ぎ直すための、有効な文化的ゲートウェイ（入り口）として機能しているとも考えられます。前節の「探索コストの低減」と「主要な回遊拠点への訪問動機付け」に加えて、スムーズな美術館へのゲートウェイ機能については「アクセシビリティ」の観点から今後さらに考えていく必要があるでしょう。

3.3 社会的価値：「都市イメージの転換装置」としての機能

本イベントの最大の社会的成果は、六本木という街のパブリックイメージを大きく書き換えている点です。

分析結果：街のパブリックイメージを書き換える「都市転換装置」

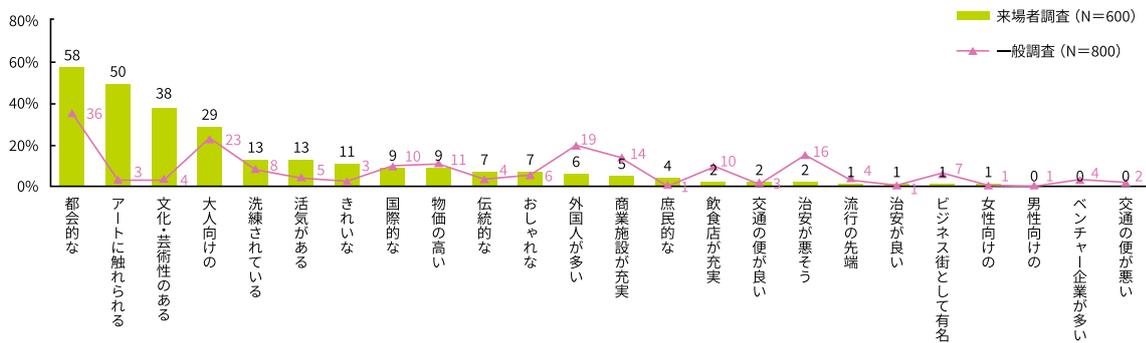
一般層（非来場者）にとって、六本木は依然として「都会的・大人向け・商業の街」というイメージです。しかし、六本木アートナイトを経験した層では、「アートに触れられる」という認識が

図 9. SCAT 分析によるロジックモデルと満足・阻害要因

短期アウトカム指標	SCAT分析に基づく概念構造（達成を支える概念と改善に向けた課題）	
1. 非日常的な体験の創出	達成を支える概念 祝祭性の享受： 「深夜の異空間は六本木ならではの」「たまたま良い」 一回性の価値： 「その時間でないと体験できない」「ライブ感が新鮮」 都市空間の変容： 「街中にパフォーマーがいて楽しい」	改善に向けた課題 夜間体験の拡充に向けた時間設定： 「美術館20時終了への物足りなさ」「終夜開催復活を望む」 祝祭密度の維持とスケール感の確保： 「賑わいの縮小感」「インパクトのある展示を」 表現手法の多様性と驚きの創出： 「特定の技法に偏らない構成」
2. アートへの関心と行動への波及効果	達成を支える概念 才能の発掘： 「若手アーティストを知れるのは良い」「新しい出会い」 理解の深化： 「作家の話が聞けるのは嬉しい」「トークが良かった」 知的探求の充足： 「知らない世界に刺激を受けた」「心が動いた」	改善に向けた課題 プログラムのテーマ性と地域文脈との調和： 「特定国への注力」と国内作家への期待感の均衡 芸術的刺激的質と深さの追求 「RANらしい尖った表現」や「深い芸術性」 鑑賞環境の物理的・時間的最適化： 「視認性の確保」「スケジュールの重複の解消」
3. 都市の新たな魅力の発見・回遊	達成を支える概念 散策と鑑賞の調和： 「ちょうど良い距離で散歩できた」「回りやすかった」 既存資源の再定義： 「野外展示が良いきっかけ」「街の変化も楽しめた」 回遊効率の向上： 「コンパクトに効率よく見て回れた」	改善に向けた課題 直感的なナビゲーション設計の強化： 「場所が分かりにくい」の解消、「地図と現地の連動」 回遊の快適性と満足度の両立： 「移動に対する充足感」と「休憩・滞留場所の確保」 施設間およびイベントとの連携強化： 「施設閉館時間」と「鑑賞ルート」の不整合解消
4. 生活の中でアートを楽しむ	達成を支える概念 当事者意識の醸成： 「自分もアートの一部のような気分」「参加実感」 自己表現の誘発： 「ワークショップ等での制作体験」「一緒に作れて満足」 親しみやすさ： 「子供が参加できるのが最高」「子連れでしやすい」	改善に向けた課題 安全管理と鑑賞の自由度の両立： 「規制による心理的制約」を抑えた自由な鑑賞環境の工夫 多世代が快適に過ごせる包摂性の向上 「子供向け企画の充実」やファミリー層への配慮

図 10A. 六本木の街のイメージ比較（一般調査 vs 来場者調査）

六本木の街のイメージ（来場者調査と一般調査の比較）



* 11 例えば「作品がどこにあるのか本当に見つけるのが大変で、地図とにらめっこしながらあっちでもない。こっちでもないで迷ってイライラしてしまった。現地にも次の作品はこっちみたいな動線の看板があったら助かる。」「ルートがわかりにくいので、もう少し地図を見やすくしてほしいです。」「Google マップと連携してほしい」などのコメントに代表される。

* 12 実際、来場者調査からは入場料支出ゼロの層が 81.7% に達している。

約 17 倍 (3.0% → 49.8%)、「文化・芸術性のある」は約 10 倍 (3.8% → 38.3%) に跳ね上がっています (図 10A)。同様に六本木が「アートを楽しむために気軽に行きやすい街か」の設問に対して、一般調査は「非常にそう思う」「そう思う」の合計が 24% に対し、来場者調査は 87% と 3.6 倍でした (図 10B)。この劇的な違いが意味しているのは、六本木アートナイトが単なる一過性のイベントを超え、都市ブランドを、一般的に想起される都会的・消費的な都市イメージから「文化芸術のまち」へとリフレーミングする「都市イメージの転換装置」として機能しているといえます。これは、港区における文化政策としての本事業の意義を裏付けることができます。その点について次節でさらに検証を進めます。

4.【評価設問 4】 港区在住者にとっての価値

本節では、六本木アートナイトは「港区在住者*¹³ が日常的に多様な文化芸術を享受できる拠点として高く価値づけられているか？」という設問に対して、当該評価の来場者調査及び一般調査の分析結果と、それを踏まえた考察を述べます。

4.1 港区在住者の六本木アートナイトの認知度と情報浸透経路

港区在住者の六本木アートナイトの認知度を、一般向け調査の結果から推測します。一般回答者 800 人のうち港区在住の回答者は 100 人 (12.5%) 含まれていました。その港区在住者のうち、六本木アートナイトを認知していたのは 25% (「内容まで知ってる」人は 6%、「名前程度は知っている」人は 19%) で、港区以外の回答者の認知度の 11.7% と比較し、大幅に高い結果となりました。六本木アートナイトを認知している回答者のうち、港区在住者は、港区以外の地域に住む回答者に比べて、同イベ

ントを「より早い時期から知っていた」と回答する割合が高く、具体的には、認知時期が 3 年以上前 (「3 ~ 4 年前に知った」「5 ~ 9 年前に知った」「10 年以上前に知った」の合計) とする回答が港区在住者では 44% でした。一方、港区外の回答者では 28% にとどまっており、両者の間には大きな差がみられました。

港区在住者への本イベントの情報浸透経路の実態も、それ以外の回答者と異なる傾向がみえます。下記図 11 のとおり、港区在住者は、物理的地の利を活かして、各施設訪問時 (39%) や開催施設に置かれているチラシ (11%) から当イベントについての情報を得ています。「たまたま通りかかって」 (7%) という回答者がそれなりにいるのも、開催地域を生活圏としている回答者ならではの経路といえます。これに対し、「ウェブ」「六本木アートナイトの公式インスタグラム」「友人・知人から (SNS 経由)」等、オンラインの情報浸透経路においては、それ以外に住んでいる回答者より下回っています。例外は「六本木アートナイトの公式 X」 (18%) と開催施設の公式ウェブサイト (11%) で、オンラインの場合はこの二つの媒体から情報を得ていることが見受けられます。

4.2 港区在住者のリピーター率 (Q3) 及び満足度

港区在住者における六本木アートナイトのリピーター率は 76% と高い一方で、それ以外の地域からの来場者においてもリピーター率は 74% であり、両者の間に大きな差はみられません。しかし、過去の参加頻度に着目すると、港区在住者のリピーターは、2009 年度の初開催期から各年に参加経験を有する割合が相対的に高いことが、図 12 から読み取れます。特にコロナ禍後の 2022 年以降は、リピーターの 7 割前後が毎年参加しており、再訪頻度が高い傾向が示されています。

港区在住者の六本木アートナイトの参加経験に対しての満足度は以下の結果がでています。六本木ア

図 10B. 六本木が「アートを楽しむために気軽に行きやすい街か」比較

六本木が「アートを楽しむために気軽に行きやすい街」か
【来場者調査】(N=600)

六本木が「アートを楽しむために気軽に行きやすい街」か
【一般調査】(N=800)

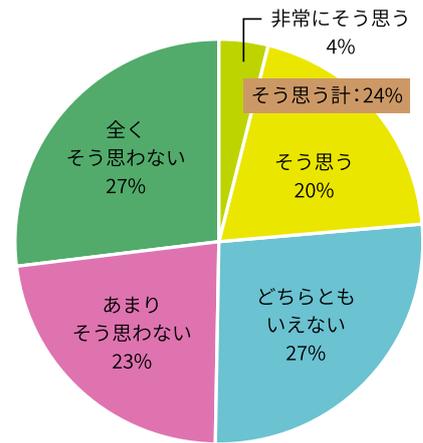
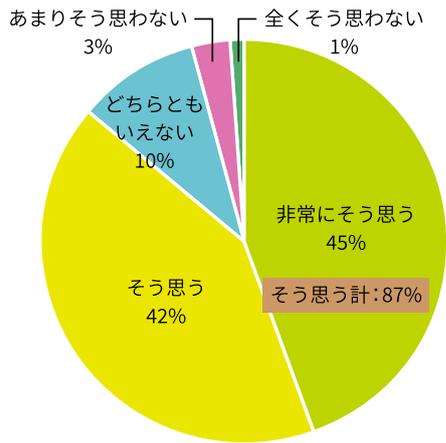
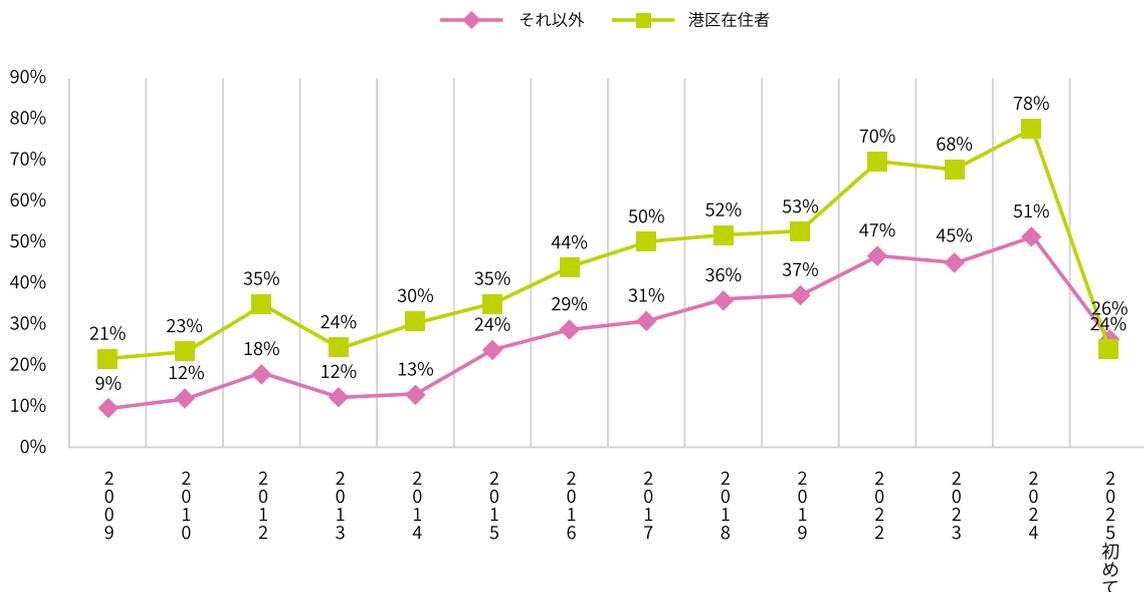


図 11. 港区在住者とそれ以外の回答者の六本木アートナイトについての情報浸透経路

	N=	各施設訪問時	テレビ	ラジオ	新聞	雑誌	ウェブ	六本木アートナイトの公式ウェブサイト	六本木アートナイトの公式Facebook	六本木アートナイトの公式X	六本木アートナイトの公式Instagram	六本木アートナイトの公式Youtube	六本木アートナイトの公式TikTok	その他のSNS	ブログ記事	開催施設(六本木ヒルズ、国立新美術館等)の公式ウェブサイト	東京都、ウエブサイト	ギャラリー、飲食店	チャリン・開催施設	友人・知人から(SNS経由)	友人・知人から(その他)	たまたま通りかかって	その他
港区在住	147	39%	1%	0%	0%	0%	16%	20%	3%	18%	23%	1%	0%	8%	0%	11%	0%	5%	12%	4%	11%	7%	12%
それ以外	435	21%	1%	1%	0%	0%	20%	20%	4%	10%	33%	0%	1%	11%	0%	7%	2%	4%	4%	7%	15%	2%	6%

図 12. 港区在住者とそれ以外の回答者の過去の六本木アートナイトの参加経験比較



* 13 本報告書の中では「港区在住者」は、港区在住・在勤・在学の回答者も含む。

ートナイトの感想として「楽しかった計」の83%（「とても楽しかった」42%+「楽しかった」41%）は、それ以外の地域から来場している回答者（87%）より若干少ない結果となりましたが、依然として満足度が高いことがうかがえます。

4.3 港区在住者から見える六本木アートナイト開催のメリット・デメリット

本調査では、港区在住者に限定して、「六本木アートナイトのようなアートフェスティバルが六本木地域においてもたらすメリット」について自由記述で回答してもらい、その内容をカテゴリー分析したところ、以下図13のような傾向がみられました。やはり「街への来訪のきっかけ・集客」23.8%、「街のイメージ向上・イメージ変化」23.1%、「活性化・経済効果」18.4%と、集客・イメージ変化・活性化が上位の意見として挙がりました。

また、「六本木＝アートの街」というブランドの確立や、心理的なハードルを下げてアートを身近にするといった、地域の価値そのものを高める効果も高く評価されています。街の中でもアートが展示されることで普段は通り過ぎてしまうような場所にも光が当たり、街全体の魅力を再認識する機会となっているとの意見も複数ありました。

一方で、「六本木アートナイトのようなアートフェスティバルが六本木地域においてもたらすデメリット」について質問したところ、49.7%の半数近くが「特にデメリットはない」と回答しているものの、「混雑」12.2%、「ゴミの投棄」6.8%、「治安の悪化」5.4%と回答した在住者もいました。デメリットの結果を以下、図14にまとめました。

以上、港区在住者が認識している六本木アートナイトの地域への影響（メリット、デメリット）を総括すると、概ねポジティブなこととして受け止められていると結論づけられます。

4.4 六本木アートナイトによる地域イメージの変容

六本木アートナイトの来場者に参加体験を通じて地域のイメージに変化があったかを確認したところ、港区在住者とそれ以外の回答傾向は概ね同じでした。回答者全体の約65%が参加体験を通じて六本木の街の「イメージが良くなった」「ややイメージが良くなった」と回答しており、3割強は「変化はない」と回答しています。一方で、「ややイメージが悪くなった」「イメージが悪くなった」とする回答はいずれも少数にとどまりました。

また、本調査では、六本木アートナイトの来場体験を持つ港区在住者と、一般調査の港区在住者を対象に、六本木の街のイメージについて比較を行いました（複数回答）。その結果、同じ港区在住者でありながら、両グループが抱くイメージには明確な相違があることが明らかになりました。結果を以下図15に明示します。

来場者と一般調査回答者で差が大きかったのは、「アート・文化」の浸透度と「治安」イメージの2点です。アート・文化については、来場者では「アートに触れられる」（約50%）、「文化・芸術性のある」（約39%）が突出して高い一方、一般層では「アートに身近」（約4～7%）、「文化・芸術」（約5～8%）にとどまり、六本木が来場者にとってはリアルタイムでアートに触れられる「文化都市」として価値づけされているのに対し、来場していない一般層（住民を含む）にはそのイメージがほとんど共有されていないことを示唆しています。

また治安面では、一般層で「治安が悪そう」が26%と高いのに対し、来場者ではほぼ皆無（在住来場者でも2%）で、一般層に残る「夜の街・危険」というステレオタイプが、アートナイトへの参加体験によって大きく払拭されていることが推測されます。同イベントが「安全でクリーンな六本木」を体験させる強力な装置として機能していることが裏づけられました。

図 13. 地域にもたらすメリット

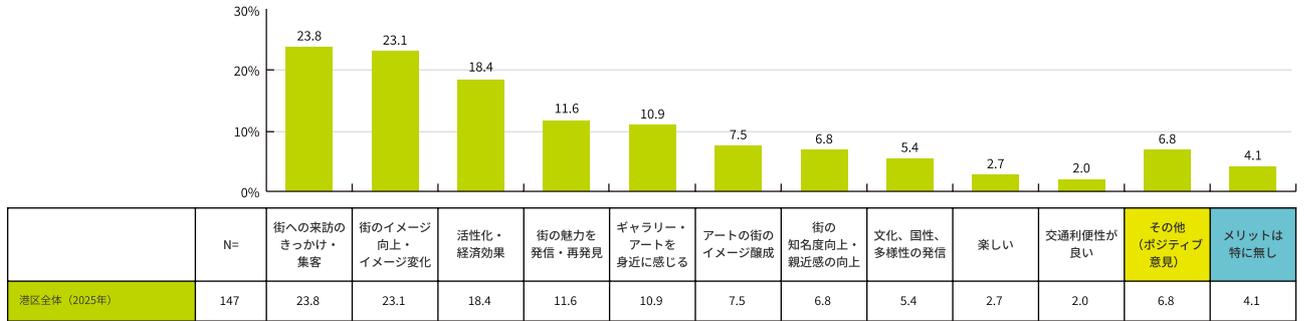


図 14. 地域にもたらすデメリット

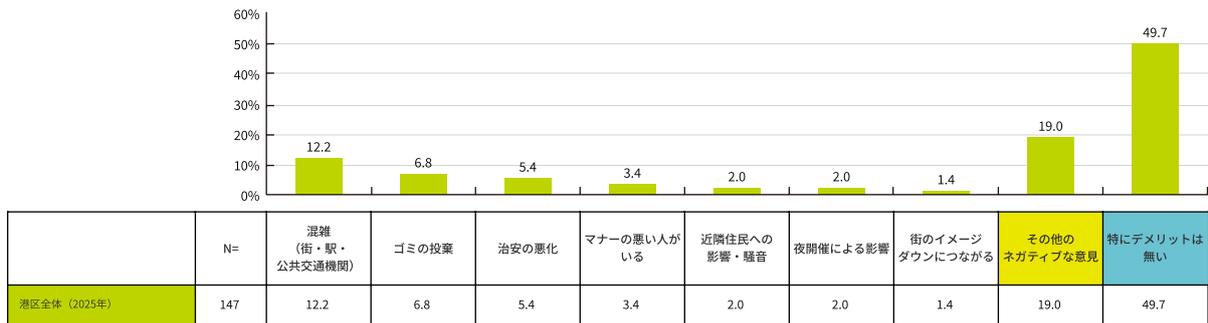
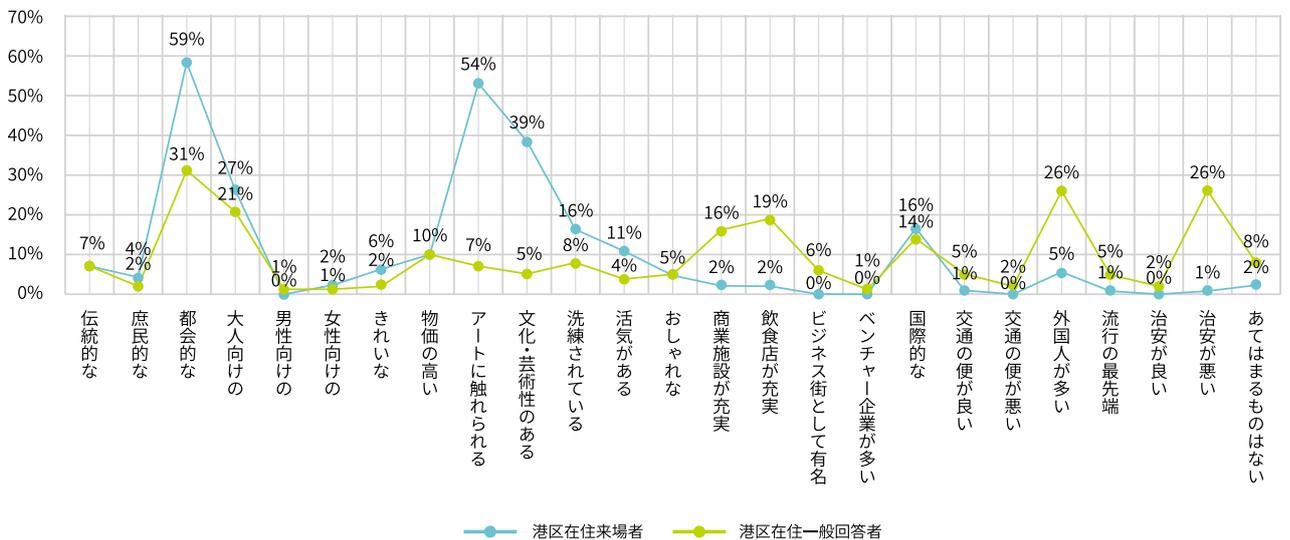


図 15. 「六本木」という街に対して抱くイメージ



4.5 地域の祭りとしての「六本木アートナイト」への期待

港区在住者を対象に、「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」を尋ねたところ、最も多かったのは「アート作品と身近に接することができる機会」（71%）であり、突出して高い割合を示しました。次いで、「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」（43%）、「六本木という街のイメージアップ」（41%）が続きました。

また、前述の「六本木アートナイト開催のメリット」では、街への集客、イメージ向上、活性化、経済効果など、地域活性化の観点に関する回答が比較的多く見られた一方で、「今後の期待」においては、アート作品を身近に感じられる機会の創出や、クリエイティブなコミュニティ形成・文化の発信といった、文化芸術の発展の意義に一層と重心を置いた期待が示されていることは特筆すべき点といえます。

この点がより明確になったのが、港区在住者を対象に「六本木が多様な文化芸術を継続的に楽しめる街であることの重要度」を尋ねた結果です。「重要だと思う計」（「非常に重要だと思う」55%、「ある程度重要だと思う」34%）は89%に達しており、六本木において街なかで体験できる文化芸術の価値が、港区在住者にとって非常に高い水準で共有されていることが示されました。これらの結果から、今後の地域づくりにおいては、文化芸術が六本木の重要なアイデンティティの一部として引き続き位置付けられるとともに、六本木アートナイトの開催意義が一層高まることが期待されます。

4.6 まとめ

ここまでの本節の結果を踏まえると、港区在住者にとって六本木は「都会的な街」であると同時に、「アートや文化芸術に日常的に触れられる街」として認

識されていると考えられます。そのうえで六本木アートナイトは、住民が多様な文化芸術を身近に享受できる機会として高い価値を見出されており、地域の魅力や文化的な厚みを支える重要な要素として位置付けられていることがうかがえます。したがって、今後も六本木地域を名実ともに発展させていくにあたり、六本木アートナイトは欠かせない取り組みの一つと捉えられ、港区在住者にとって大切な地域の祭りとしての役割を果たし続けることが示唆されます。

5. 【評価設問5】 経済波及効果

5.1 六本木アートナイト 2025 の経済波及効果の推計

「六本木アートナイト 2025」の開催による経済波及効果を推計します。ある産業に新たな需要（直接効果）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（第1次間接効果）。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（第2次間接効果）。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。

これまでの六本木アートナイトの事業評価では、2023年、2022年に経済波及効果を算出しています（2024年は未調査）。経済波及効果の詳細や、その意義と限界については、これらの報告書^{*14}の記載内容を参照してください。

ここでは「令和2年（2020年）東京都産業連関表」^{*15}を用いて「六本木アートナイト 2025」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ます。その結果は、直接効果1,478百万円、

図 16. 地域の祭りとして期待すること

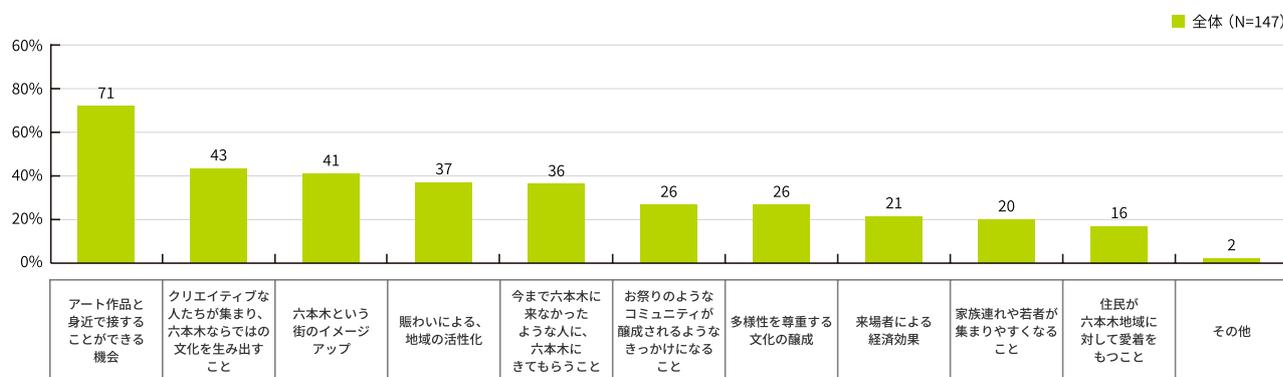
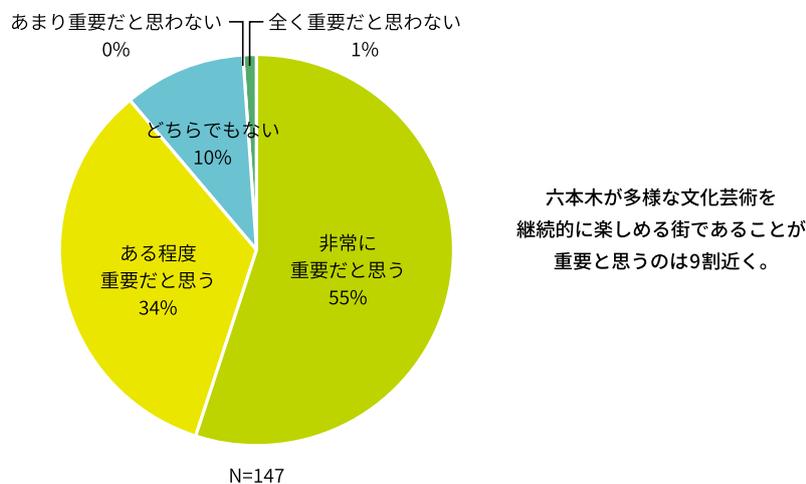


図 17. 六本木が多様な文化芸術を継続的に楽しめる街であることの重要度



* 14 「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事業評価報告書 2022」は、次のページからダウンロード可能。
<https://www.roppongiartnight.com/2023/evaluation.html>
<https://www.roppongiartnight.com/2022/evaluation.html>
 経済波及効果の説明については、前者の 30～35 頁、後者の 30～33 頁を参照。

* 15 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る。2023 年、2022 年の経済波及効果のベースになっていたのは「平成 27 年 (2015 年) 東京都産業連関表」(令和 3 年 3 月発行) だが、令和 7 年 11 月に令和 2 年 (2020 年) の産業連関表が利用可能になったため、今回から以下の最新版の産業連関表を用いている。
<https://www.toukei.metro.tokyo.lg.jp/sanren/sr-tool.htm>
 「令和 2 年 (2020 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る。
<https://www.toukei.metro.tokyo.lg.jp/sanren/2020/sr20t1.html>

第1次間接効果 669 百万円、第2次間接効果 220 百万円、経済波及効果（総合効果）2,367 百万円になりました（図 18）

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。

まず、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（事業支出）が、事業実施による新たな需要の源泉となります。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（観光支出）も新たな需要の源泉となります。

5.1.1 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 168 百万円でした。

5.1.2 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。

「六本木アートナイト 2025」の来場者数は 70.8 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」「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」「森美術館」「街なか各所」の7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。

2025年の来場者アンケートは有効サンプル数 600 人を確保しました。この 600 人が、実際に訪れた会場は延 1,953 ヶ所でした。すなわちアンケート上は、延来場者数 1,953 人に対応する実来場者数は 600 人となっており、平均して1人当たり 3.26 ヶ所（= 1,953 人 / 600 人）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 70.8 万人にも成り立っていると考えて、実来場者数を 21.7 万人（= 70.8 万人 / 3.26 ヶ所）と推計しました。

次に1人当たりの観光消費単価については、総額 6,175 円という平均使用金額を来場者アンケートから得ています。その内訳は、六本木までの往復の交通費 1,272 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）402 円、入場料（一部の有料イベント）447 円、飲食費 2,582 円、物販購入費 716 円、それ以外に使った金額 755 円となっています（図 19）。

このため、観光支出を 1,343 百万円（= 21.7 万人 × 6,175 円 / 人）と推計しました。

5.1.3 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とみなして、直接効果を 1,478 百万円と推計しました。

5.1.4 第1次・第2次間接効果

直接効果 1,478 百万円を東京都の分析ツールに入

図 18. 「六本木アートナイト 2025」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
2,367百万円	1,478百万円	669百万円	220百万円

図 19. 1人当たり観光消費単価（平均使用金額）

使用科目	平均使用金額			
	2025年	2024年	2023年	2022年
交通費	1,272円	1,655円	1,669円	1,574円
宿泊費	402円	1,037円	1,298円	809円
入場料	447円	418円	726円	848円
飲食費	2,582円	2,766円	2,761円	3,784円
物販購入費	716円	355円	518円	4,306円
それ以外	755円	587円	358円	1,087円
合計金額	6,175円	6,818円	7,330円	12,407円

注) 四捨五入の関係で合計が一致しないことがあります

力した結果、第1次間接効果669百万円、第2次間接効果220百万円を得ました。

5.1.5 経済波及効果（総合効果）

直接効果1,478百万円＋第1次間接効果669百万円＋第2次間接効果220百万円により、経済波及効果は2,367百万円と推計されます。

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20）。

5.2 過去の六本木アートナイトの経済波及効果との比較

過去の六本木アートナイトの経済波及効果は、2023年で1,803百万円、2022年で2,649百万円でした。2025年の結果2,367百万円は、2023年対比で31%増、2022年対比では11%減になっています。その原因を、経済波及効果の推計根拠となった主要データ（図21）から見てみましょう。

経済波及効果の源泉となる事業支出と観光支出を比べると、観光支出の増減の影響が大きいです。既に述べた通り、「観光支出＝実来場者数×1人当たり観光消費単価」でした。まず、延来場者数を3年間で比較すると2025年の70.8万人が最多です。加えて、平均来訪会場数が減少傾向のため、実来場者数の差はさらに広がり、やはり2025年の21.7万人が最多になりました。一方で、観光消費単価は2022年の12,407円が最高額で、2025年の6,175円が最も低くなりました。以上を踏まえて観光支出を推計すると、経済波及効果と同様に2022年、2025年、2023年の順となりました。

以上の結果を踏まえて分析したところ、実来場者数については、2023年が1夜限りのオールナイト（コアタイム12時間）開催^{*16}であったのに対して、

2025年は午後の3日間（19.5時間）開催であったことが大きいと考えます。2022年も日中3日間（32時間）開催ではあったのですが、新型コロナが5類感染症に移行する前の時期であったことに加え、台風の影響で会期後半の来場者数が伸び悩みました。この結果、3日間天候に恵まれた2025年を下回ったと判断します。

一方で、来場者の観光消費単価は2025年が6,175円で2022年が12,407円と2倍の差があります。ただし、単価の長期推移（図22）を確認すると、おおむね6～7千円のレンジに収まっており、2025年が低いわけでは決してありません。むしろ、2022年の水準の方が極端に高かったといえます。特に、物販購入費（2025年716円、2022年4,306円）と飲食費（2,582円、3,784円）で大きな差が生じています（図19）。その理由は推測の域を出ませんが、2022年は、コロナ禍で控えていた六本木を久しぶりに訪れ、財布の紐が緩んだ来場者が多かったのかもしれません。

以上の分析を踏まえて、六本木アートナイト2025の経済波及効果のポイントを整理すると、3日間とも天候に恵まれて大勢の人出があった分、現代アートのライトなファン層が来場者に占める割合が増えたと考えられます。そのことは、平均来訪会場数や観光消費単価が2023年を下回ったという来場者アンケート結果^{*17}に現われています。しかしながら、来場者増加の効果が、ライト層増加の影響を上回った結果、2025年の経済波及効果は2023年の水準を上回ったといえます。

図 20. 経済波及効果推計のフローチャート

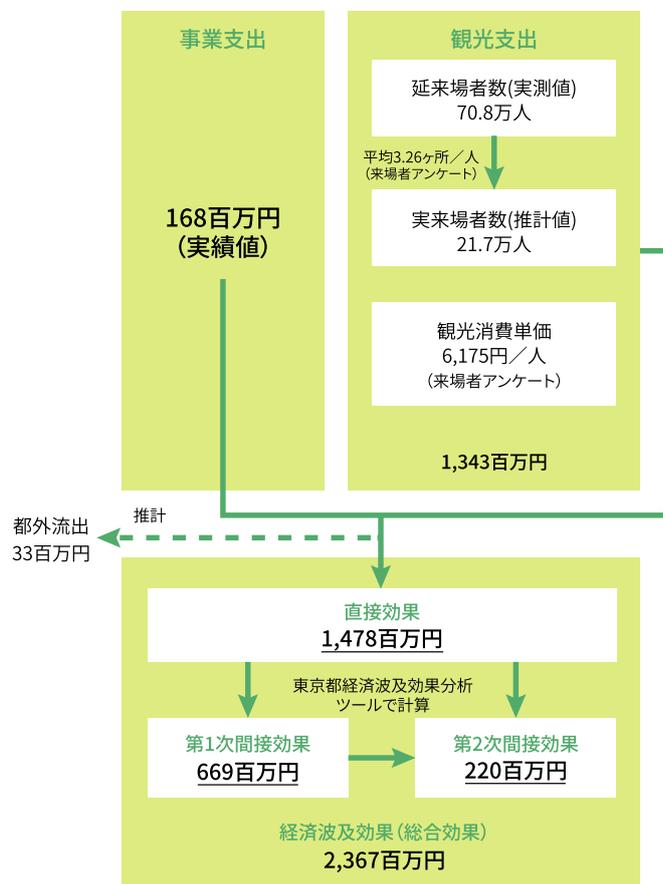


図 22. 1人当たり観光消費単価（平均使用金額）の推移

	平均使用金額
2025年	6,175 円
2024年	6,818 円
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

図 21. 経済波及効果 主要データ

科目	2025年	2023年	2022年	2025/2023 (増減率)	2025/2022 (増減率)
事業支出	168百万円	156百万円	183百万円	8%	▲8%
観光支出	1,343百万円	1,041百万円	1,563百万円	29%	▲14%
延来場者数	70.8万人	59.2万人	62.3万人	20%	14%
平均来訪会場数	3.26ヶ所	4.17ヶ所	4.94ヶ所	▲22%	▲34%
実来場者数	21.7万人	14.2万人	12.6万人	53%	73%
1人当たり観光消費単価（平均使用金額）	6,175円	7,330円	12,407円	▲16%	▲50%
直接効果	1,478百万円	1,172百万円	1,725百万円	26%	▲14%
第1次間接効果	669百万円	460百万円	651百万円	46%	3%
第2次間接効果	220百万円	171百万円	272百万円	29%	▲19%
経済波及効果（総合効果）	2,367百万円	1,803百万円	2,649百万円	31%	▲11%

注）四捨五入の関係で合計が一致しないことがあります

* 16 主要プログラムが開催されるコアタイムは、2025年 19.5 時間、2024年 16.5 時間、2023年 12 時間、2022年 32 時間であった（出典：六本木アートナイト公式サイト）。

* 17 2025年はライトなファン層の割合が多かったことの傍証として、来場者の平均滞在時間が2025年 4.7 時間、2023年 7.1 時間と短くなったこと、年間「10 回以上」美術館へ行くと答えた来場者の割合が2025年 36.0%、2023年 39.8%とやや低下したことも挙げることができる（来場者アンケート調査結果）。

全体総括



全体総括 評価分析から得られた知見

1. 開催形式の転換と体験価値

本年度の調査結果は、六本木アートナイトが「深夜帯なし・3日間開催」という試験的な開催モデルが受容され、幅広い層が参加しやすい基盤が整ったといえましょう。満足度が深夜開催時の2023年の88%に迫る86.0%に回復し、ロイヤリティ指標であるNPSが+13という高い水準を記録したことは、深夜開催という「時間的要素」を、作品数やエリア展開といった「量的・空間的要素」が十分に補完し、来場者の期待に応えた結果といえます。因子分析からは、来場者が「非日常的な夜の体験」と同等、あるいはそれ以上に「都市回遊・探索」に価値を見出している構造が明らかになっており、深夜帯に依存しない都市型芸術祭としての持続可能性が確認されました。

2. 回遊行動の変化と情報環境の課題

回遊行動分析からは、滞在時間の短縮（平均4.7時間）が施設間のつながりに影響を及ぼしている現状が浮き彫りとなりました。滞在時間の減少が「施設間の回遊結合」を低下させている傾向が見られました。この滞在時間の短縮については、来場者属性の変化（ひとり来場の増加）や、国立新美術館をはじめとする主要拠点におけるプログラム配置の影響、さらにはナビゲーション上の課題など、多層的な要因が複合的に作用している可能性が推察されます。

SCAT分析を通じた質的検証によれば、マップ情報の改善余地といったナビゲーション上の課題が、来場者の探索意欲に影響している可能性が示唆されています。現時点での特定の要因による因果関係の特定は困難ですが、今後は「探索コストの低減」と「主要な回遊拠点への訪問動機づけ」の両面から体験デザインを再構築していくことが、回遊の活性化に向けた有効なアプローチになると考えられます。

また、イベント参加後の高い美術館訪問意向（85.4%）は、特に美術館未経験層やライト層、ファミリー層らにとっては、六本木アートナイトは美術館という「制度」と市民の「日常」を繋ぎ直すための、有効な文化的ゲートウェイとして機能を内包していることを示唆しています。

3. 都市イメージの変容と社会的インパクト

本事業の最大の評価点は、六本木という街のブランドを消費的なイメージから「文化芸術のまち」へと書き換える「都市イメージの転換装置」として機能している点にあります。一般層と来場者のイメージ想起率における顕著な乖離（「アートに触れられる」で約17倍）は、イベント体験が都市認識を大きく変容させる力を証明しています。特に、一般層に根強い「治安への不安」が、クリーンな祝祭体験を通じて払拭されている点は、地域のシビックプライドの醸成において重要な意義を持ちます。港区住民の89%が本事業のような文化芸術の提供を重要視しているというデータは、地域のアイデンティティ形成における本事業の不可欠性を裏付けるものです。

4. 経済波及効果と今後の展望

経済波及効果は2,367百万円を記録し、2023年比で31%の増加となりました。来場者数は70.8万人と過去3年で最多を更新するなど、量的拡大については確かな成果が得られています。

今後は、2022年から低下傾向が続く消費単価の推移を注視する必要がありますが、これは「滞在時間の延伸」および「回遊をスムーズに促す情報環境の整備」と関連するのかが、さらなる検証が求められます。また同時に来場者の高い推奨意欲（NPS）を、実際の「街での滞在の深さ」へと結びつける体験デザインの精緻化が、事業価値をさらに深化させるための論点となるでしょう。

著者略歴

佐野直哉（全体統括・評価設問 1～3 担当）

青山学院大学総合文化政策学部教授

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、組織立ち上げとアートプロジェクトの現場にて伴走支援をおこなった。上野学園大学音楽学部准教授、東京藝術大学特任講師を経て現職。

日本アートマネジメント学会関東部会部会長、日本文化政策学会、文化経済学会〈日本〉、日本評価学会、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オルガニスト。

中谷美南子（評価設問 4 担当）

評価コンサルタント／チームやまびこ

国際機関やシンクタンクにおいて国際協力の事業運営に従事した後、開発コンサルタントとしてアジア・アフリカ地域における日本の ODA 案件評価を多数担当。東日本大震災を契機にセーブ・ザ・チルドレン・ジャパンに参画し、被災地域の子どもや養育者を対象とした緊急・復興支援事業において、評価、モニタリング制度の構築や新規事業設計を主導。2017 年より評価コンサルタントとして独立し、子ども若者支援、芸術文化、地域福祉等の領域における行政、財団、NPO の評価業務に携わる。日本評価学会認定評価士・理事。米国評価学会会員。

三浦宏樹（評価設問 5 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、自行の投融資案件・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などの立場で、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（青山学院大学）
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 李生美

六本木アートナイト事業評価報告書 2025

2026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/>

