

さいたま国際芸術祭2023

開催実施計画



令和4年8月

さいたま国際芸術祭実行委員会

目次

02	I. 開催概要
05	II. 開催テーマ
06	III. ロゴデザイン・ロゴタイプ
10	IV. 開催エリア・会場
14	V. 事業展開
28	VI. 広報
38	VII. 開催運営
40	VIII. 実施体制
41	IX. スケジュール

I. 開催概要

1. 名称

さいたま国際芸術祭2023
《愛称》Art Saitama2023

2. テーマ

「わたしたち」(日)
“We”(英)

3. 目的

- (1)「さいたま文化」の創造・発信
- (2)さいたま文化を支える「人材」の育成
- (3)さいたま文化を活かした「まち」の活性化

4. 会期

2023年(令和5年)10月7日(土)～
12月10日(日)[65日間]

5. 事業展開

- (1)アートプロジェクト
- (2)市民プロジェクト
- (3)連携プロジェクト

6. 会場

メイン会場:旧市民会館おおみや
その他会場:RaiBoC Hall(市民会館おおみや)、大宮盆栽美術館、漫画会館、岩槻人形博物館、鉄道博物館、埼玉県立近代美術館、うらわ美術館、さいたま市文化センター、その他市内各所

7. 主催

さいたま国際芸術祭実行委員会

8. プロデューサー

芹沢高志

9. ディレクター

現代アートチーム 目[mé]
○市民プロジェクト・キュレーター
松永康、浅見俊哉、飯島浩二

プロデューサー 芹沢高志

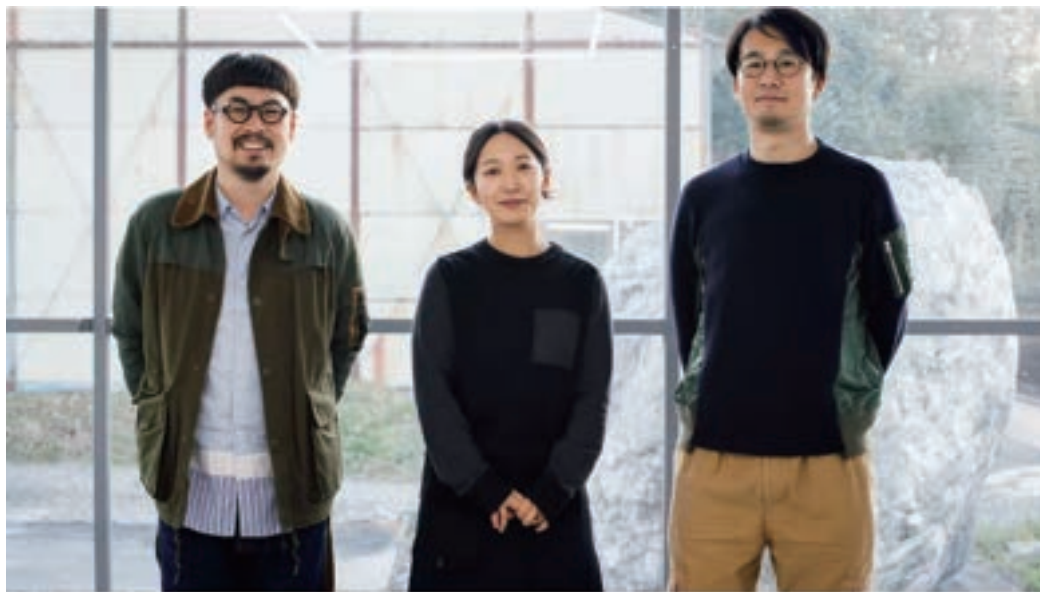
P3 art and environment 統括ディレクター

1951年東京生まれ。神戸大学数学科、横浜国立大学建築学科を卒業後、(株)リジナル・プランニング・チームで生態学的土地利用計画の研究と実践に従事。その後、東京・四谷の禅寺、東長寺の新伽藍建設計画に参加したことから、89年にP3 art and environment (<https://p3.org>) を開設。99年までは東長寺境内地下の講堂をベースに、その後は場所を特定せずに、さまざまなアート、環境関係のプロジェクトを展開している。とち国際現代アート展『デメーテル』総合ディレクター(2002)。アサヒ・アート・フェスティバル事務局長(2003~2016)。横浜トリエンナーレ2005キュレーター。別府現代芸術フェスティバル『混浴温泉世界』総合ディレクター(2009、2012、2015)。さいたまトリエンナーレ2016ディレクター。さいたま国際芸術祭2023プロデューサー。2012年から2021年までデザイン・クリエイティブセンター神戸(KIITO)のセンター長を務めた。著書に『この惑星を遊動する』(岩波書店、1996)、『月面からの眺め』(毎日新聞社、1999)、『別府』(ABI+P3、2020)、訳書にバックミンスター・フラウ『宇宙船地球号操縦マニュアル』(ちくま学芸文庫、2000)、エリック・ヤンツ『自己組織化する宇宙』(共訳:工作舎、1986)などがある。



ディレクター 現代アートチーム 目[mé]

アーティストの荒神明香、ディレクターの南川憲二、インストーラーの増井宏文の3人を中心とする現代アートチーム。手法やジャンルにはこだわらず、展示空間や観客を含めた状況、導線を重視。創作方法は、中心メンバーの個々の特徴を生かしたチーム・クリエイションに取り組み、発想、判断、実現における連携の精度や、精神的な創作意識の共有を高める関係を模索しながら活動している。



撮影:阿部 健

中心メンバー

・荒神 明香(こうじん はるか)

アーティスト。1983年広島生まれ。2009年東京藝術大学大学院美術研究科修了。
サンパウロ近代美術館(ブラジル)、ジャパン・ソサエティー(ニューヨーク)、ボンビドゥーセンターメッセ(フランス)など国内外で作品を発表。Art Award Tokyo 2007グランプリ受賞、東京藝術大学卒業制作展 買い上げ賞、作品《reflectwo》東京都現代美術館、サンパウロ現代美術館所蔵。

・南川 憲二(みなみがわけんじ)

ディレクター。1979年大阪生まれ。2009年東京藝術大学大学院美術研究科修了。
wah document(わうどきゅめんと)(2006~)として、カウス・アウストリス(オランダ)、オーセージギャラリー(香港)、ボンビドゥーセンターメッセ(フランス)など国内外で活動を展開。
東京藝術大学終了制作展 川俣正賞、Art Award Tokyo 丸の内2009グランプリ受賞。

・増井 宏文(ますい ひろふみ)

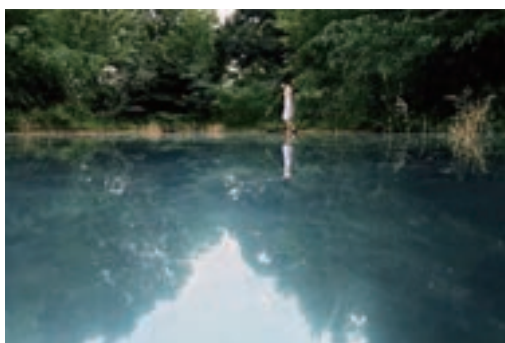
インストーラー。1980年滋賀生まれ。
2008年佛教大学教育学部卒業。2004年成安造形大学造形学部卒業。
wah document(わうどきゅめんと)(2006~)として、カウス・アウストリス(オランダ)、オーセージギャラリー(香港)、ボンビドゥーセンターメッセ(フランス)など国内外で活動を展開。

主な作品

- 2021 《まさゆめ》Tokyo Tokyo FESTIVAL スペシャル13(東京各所)
- 2019 《非常にはっきりとわからない》千葉市美術館(千葉)
- 2017 《repetition window》Reborn-Art Festival2017(宮城)
- 2016 《Elemental Detection》さいたまトリエンナーレ2016(埼玉)
- 2014 《たよりない現実、この世界の在りか》資生堂ギャラリー(東京)



《まさゆめ》2019-2021, Tokyo Tokyo FESTIVAL スペシャル13, 撮影:津島岳央



《Elemental Detection》2016,さいたまトリエンナーレ2016

II. 開催テーマ

さいたま国際芸術祭2023 「わたしたち」

あなたにとって「わたしたち」とは、誰を指すだろう。

日本を代表する「生活都市」さいたま。人々が日本の中心地へ向かい、そして戻ってくる場所。中心へ、あるいは発展の一途へと脈々と続けられる人間の行動を、とても間近に、そしてそっと側から眺める都市。確たる「主体」というような、積極的な視点からは少しだけ身を引いた、漠然とした感性のあわいが留まる地。この地域には語りきれないほど多種多様の魅力がある。しかし、それをこうだと決定づけようとした瞬間、何かふっと大切なものが失われてしまう、そんな感覚を伴うことがある。いつの間にか加担してしまうこの現実世界から少し距離を取るために、私が尚も「わたし」であり続けるために、決して誰かに明確に語られることなく、とても密やかに日常に繰り広げられる、人間の「無自覚」への微かな抵抗。

この客体的な空間 さいたま から、芸術祭を、そして都市を、更にはこの世界を、もう一度「みる」。気候変動、社会格差、分断、戦争。現代社会を取り巻く、もはや私たち自身の加害性を抜きに語ることはできない様々な問題。この時代を生きる私たちは、一体どのように「わたし」の延長線上に、この世界を捉えることができるだろう。あらためて、私たちが「わたしたち」をみる。そんな機会を、このさいたまの地から届けたい。

現代アートチーム 目 [mé]

III. ロゴデザイン・ロゴタイプ

ロゴデザイン・ロゴタイプ

最小単位の「ドット」をロゴ化。

固定されたロゴではなく、随時変化/変容するロゴ。



ロゴ・コンセプト

「わたしたち」

このテーマを受け作ったのは、「ドット＝わたし」の集まったロゴ。

個々が集まり、ひとつのムーブメントを形作る。

「わたし」は自由に動くこともできるし、

集まれば「わたしたち」となり、流れを生み出すこともできる。

集まり離れ、また、集まる。

意志を持って、「わたし」は「わたしたち」に参加する。

高田唯(Allright Graphics)

ロゴパターン(例)



Art Saitama 2023

さいたま国際芸術祭2023

デザイナー

高田唯 (Allright Graphics)

グラフィックデザイナー。桑沢デザイン研究所卒業後、2006年にデザイン事務所Allright Graphics、翌年に活版印刷工房Allright Printingを設立。国内外のロゴ、サイン、広告、装丁、パッケージデザインなどを手がける。2017年、個展『遊泳グラフィック』をクリエイションギャラリーG8で開催後、台湾(台中)と上海、北京でも個展を開催。2022年7月にはギンザ・グラフィック・ギャラリーでの個展開催。開催に併せて作品集も出版。2011年JAGDA新人賞、2015年日本パッケージデザイン大賞金賞・桑沢賞、2019年ADC賞、2020年TDC賞、2022年JAGDA賞受賞。東京造形大学准教授。JAGDA会員・AGI会員。

5. ロゴの展開について



大型パナー



ポスター



フラッグ



サインージ

※掲出展開およびデザインはイメージです。



IV. 開催エリア・会場

1. 展開エリア

メイン会場となる旧市民会館おおみやではアートプロジェクトを展開します。芸術祭のテーマ・コンセプトを打ち出した作品発表に加えて、さいたま市民に焦点を当てた作品や「わたしたち」の参加によって成立する作品を展開します。さいたま新都心駅から氷川参道を通る導線を重視し、発展した都市部から一変して歴史的な文化遺産の街道へ続くさいたま市特有の風景を見せることで、多様で独自の景観の魅力の発信を図ります。



市民プロジェクト・連携プロジェクトとして、さいたま市内にある主要文化施設、さらにはギャラリーやアート空間など地域と生活に根ざした文化的空間を活用します。市民参加を重視したプロジェクトや市内で活動するアーティストに焦点を当てた展示を各所で実施することで、より身近なものとして芸術祭を展開し、加えて、さいたまの日常の中で育まれる文化活動と場所の魅力の発信を目指します。



2. 会場

(1)アートプロジェクトを展開する会場



①旧市民会館おおみや(大宮区下町)

1970年1月、大宮市民会館として開館。以降、長きにわたり市民が文化活動を行う施設として使用されましたが、2022年3月末をもって大宮門街に移転し、現在の建物は閉館しました。大ホールや小ホールなどを有し、成人式やコンサートなどで利用され多くの市民に親しまれていました。

(2)市民プロジェクト・連携プロジェクトを展開する主な会場



①RaiBoC Hall (市民会館おおみや) (大宮区大門町)

RaiBoC Hall (市民会館おおみや)は、大宮のまちの個性を活かし、市民の主体的な文化芸術活動を支える中心的役割を担う、本市の文化芸術の拠点施設として2022年4月1日に大宮門街(4階～8階)に移転し、オープンしました。大ホール、小ホールに加え、展示室、集会室、スタジオなどを備え、コンサートや演劇、各種イベント会場などに広く利用できます。「RaiBoC」とは、大宮地域を象徴する3つの文化、「Railway(鉄道)」「Bonsai(盆栽)」「Cartoon(漫画)」からの造語とされています。



②氷川の杜ひろば(大宮図書館)

大宮図書館は、2019年に新大宮区役所内に完成しました。1階エントランス、氷川の杜ひろばから2階図書館エントランスへ、さらに3階図書館オープンスペースへと吹き抜けを配置しています。ガイダンスステップとステップリビングが吹き抜け空間をつなぐ、スパイラル状のオープン空間が交流を促す憩いの場を提供します。

※現在閉鎖中。社会情勢をみて開放予定。



③大宮盆栽美術館(北区土呂町)

大宮盆栽美術館は、盆栽文化振興の核となる施設として、世界に誇る盆栽の名品の展示などにより、国内外に向けて盆栽文化に関する情報を発信しています。また、盆栽に親しむ機会を提供することにより、市民等の関心を高めて盆栽文化の振興を図るとともに、盆栽を介して国際交流や愛好家などとの交流促進を図っています。



④漫画会館(北区盆栽町)

日本近代漫画の先駆者「北沢楽天」の偉業を記念し、北沢楽天の旧宅跡に建てられた会館です。政治風刺から家庭漫画まで多彩な楽天の資料を始め広く漫画文化の普及を目指した全国でもめずらしい公立の漫画美術館です。



⑤岩槻人形博物館(岩槻区本町)

岩槻人形博物館は2020年にオープンした、人と人形の歴史を探り、未来へと人形文化を継承する博物館です。

人形や人形文化に関する資料の収集・保存・調査研究を行い、人形への親しみを持っていただけるような展覧会や教育普及活動などの企画に取り組むことで、国内外に人形文化を発信するミュージアムを目指しています。



⑥鉄道博物館(大宮区大成町)

日本及び世界の鉄道に関わる遺産・資料に加え、国鉄改革やJR東日本に関する資料を体系的に保存、展示している施設であり、鉄道文化の振興、普及啓発をおこなう重要な施設です。

写真提供:鉄道博物館



⑦埼玉県立近代美術館(浦和区常盤)

緑豊かな北浦和公園に1982年に開館した埼玉県立近代美術(MOMAS)。モネ、シャガール、ピカソなどの海外の巨匠から日本の現代作家まで、優れた美術作品をコレクションして展示しています。また、ユニークなテーマを設けた企画展を随時開催するほか、自由に座れるグッド・デザインの椅子もたくさん紹介しています。

撮影:松本和幸 Photo:Kazuyuki Matsumoto



⑧うらわ美術館(浦和区仲町)

うらわ美術館は2000年春に、文教のまちとして長く文化をはぐくんだ浦和に誕生しました。「地域ゆかりの作家」と「本をめぐるアート」の収集・研究を主体とした個性的なコレクション体制が形成されています。未来へ広がる特色ある美術館、そして人々に親しまれる魅力的な美術館を目指しています。



⑨さいたま市文化センター(南区根岸)

市民の文化向上と福祉増進を目的として、1985年に開館し、2001年にさいたま市が発足してからはさいたま市文化センターの名称で市民に親しまれています。市民の文化活動の拠点として、大ホール、小ホールでは音楽・演劇・舞踊・古典芸能などの芸術的な分野をはじめとした催し物、多目的ホール、集会室では、会議、集会などに幅広く利用されています。

V. 事業展開

1. プロジェクト展開方針

「さいたま国際芸術祭2023」では、メイン会場となる旧市民会館おおみやにおいて国内外で活躍するアーティストによる最先端の作品・プロジェクトを展開するとともに、ディレクターが提唱する「導線」という考えのもと、市内各所で展開する多様な「市民プロジェクト」や「連携プロジェクト」を有機的に結びつけ、さいたま市に包括的な祝祭空間を創出していきます。最先端の文化芸術活動と市内各地で古くから培われてきた文化や、さまざまな市民による文化芸術活動が会う場をつくり出し、過去2回の国際芸術祭開催によって育まれてきた活動を継承、発展させつつ、更に多様な文化芸術振興の足跡を市民に残していくことで、さいたま発の先進的な都市文化、新たな「さいたま文化」の創出、それを支える人材の育成、さらにはさいたま文化を活かした「まち」の活性化につなげていくものとします。また「タイムベースド」な芸術祭という新基軸を導入し、すべてが動き、変化し続ける芸術祭、プロセス中心の芸術祭を実現し、まったく新たな芸術祭の形を提示していきます。



チェ・ジョンファ《息をする花》
Photo:KUTSUNA Koichiro,Arecibo(さいたまトリエンナーレ2016より)



フランク・ブラジガンド《日常の修復-旧大宮区役所》
Photo:丸尾隆一(さいたま国際芸術祭2020より)



さいたま文化発信プロジェクト《裏アートさいたま》
(さいたま国際芸術祭2020より)



市民プロジェクト(さいたまトリエンナーレ2016より)

2. アートプロジェクト

(1) アートプロジェクト構成

国内外で活躍するアーティストによる最先端の作品・プロジェクトの展開のみにとどまらない、アーティストと参加者、参加者と参加者、アーティストとアーティストとの交流の場として展開することで新たなさいたま文化を創造していくプロジェクトです。

芸術祭のテーマである「わたしたち」に基づき、現代美術、音楽、ダンス、演劇などといった多様な作品とプロジェクトを展開します。

また、本市の長い歴史や暮らしの中で培われてきた文化芸術資源を取り入れる視点から、市民団体による発表などにもアートプロジェクトの中でのアプローチとして取り組みます。

さらに、「タイムベースド」な芸術展開として、従来型の体験を固定する芸術鑑賞方法から、場所や時間など鑑賞者それぞれに固有の体験をもたらし変化し続ける「状態としての芸術祭」の在り方を創出し、さいたま市から新たな芸術祭を発信します。

(2) アーティスト選定について

参加アーティストについては下記の考え方をもとに選定を行います。

- ・芸術祭、ディレクターが掲げる方針や、テーマ・会場構成に深く関わりうるアーティスト
- ・市民と協働しながら作品を制作するアーティスト

< 招聘ジャンル等(予定) >

- ・現代美術
- ・コンテンポラリーダンス
- ・演劇
- ・音楽
- ・映像(映画含む)
- ・市民団体による演目等
- 他

(3)旧市民会館おおみやの会場整備について

■コンセプト

メイン会場となる旧市民会館おおみやの会場空間、作品、鑑賞体験が一体化するような大胆で緻密な会場整備を実現します。

■会場構成のポイント

- ・作品と空間を一体化させ、会場コンセプトと作品の融合、また芸術祭テーマを元にした「共につくる」作品展開を行います。
- ・作品鑑賞体験を鑑賞者同士が共有し交換できる場を創出します。



3. 市民プロジェクト

(1) 市民プロジェクト概要・構成

① 概要

「共につくる、参加する」という市民参加型の芸術祭とするため、これまで文化芸術活動に取り組んできた方々も、これから取り組んでみようという方々にも、芸術祭では市民が主体となって参加できるバリエーションに富んだ機会と場を提供するものです。

また、市内には多くの芸術家の方が居住していることから、そうした方々にも参加していただけるような取組を実施します。



体験型ワークショップ事業のイメージ



公募プログラムのイメージ

② 構成

市民プロジェクトは以下の構成を基本に展開します。

プロジェクト名	展開エリア・会場
創発inさいたま	中央区、桜区、浦和区等
さいたまアーツセンタープロジェクト2023* (SACP2023*)	さいたま市内全域
アーツさいたま・きたまち	北区、大宮区等
公募プログラム	さいたま市内全域
応援プロジェクト	さいたま市内全域
市民サポーター事業	さいたま市内全域

(2)各プロジェクトの概要

①創発inさいたま

さいたま市内には、都内で発表活動を行っている美術家がたくさん住んでいます。

一方で彼らは地元のギャラリーや美術館でも作品を発表しながら、近隣に住む美術家たちとの研鑽を行ってきました。

本企画では、こうした活動と市民活動を行う人々との協働を促すことで、地域文化に新たな「創発」(*)が起こることを期待します。

*創発:部分の性質の単純な総和にとどまらない特性が、全体として現れること

a. 展覧会プログラム

ギャラリーセレクション、さいたま市の美術家をつなげる会による企画展

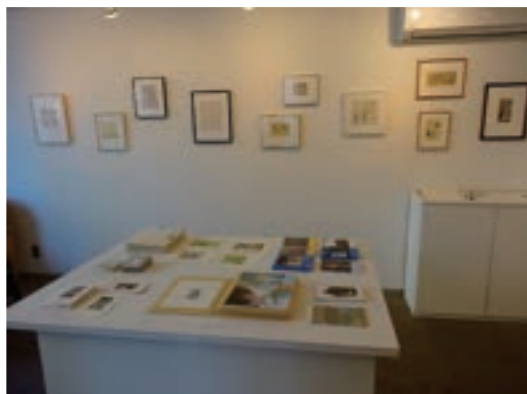
障害者アート企画展、埼玉会館エスプラナード展、国際野外の表現展

埼大・藝大協働プロジェクト、CAFネビュラ展による企画展、その他

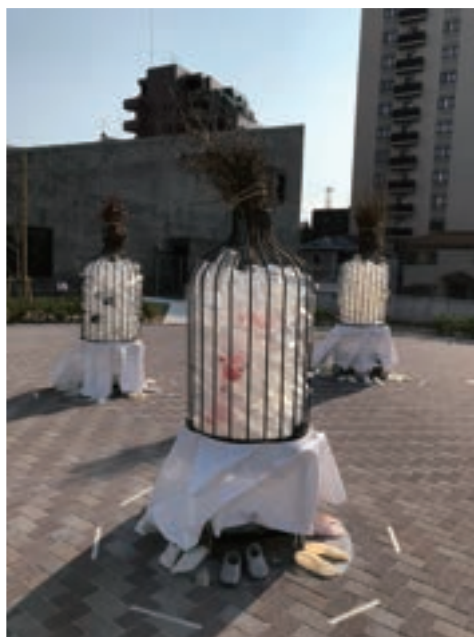
b. さいたま新都心のパブリックアート

街をかざるエクストラ、埼玉会館と浦和の街

c. さいたまアート・ハブズ計画



ギャラリーセレクション



埼玉会館エスプラナード展



街をかざるエクストラ



埼玉会館と浦和の街

《事業統括》市民プロジェクト・キュレーター:松永康(まつなが こう)



略歴

- 1957年 埼玉県生まれ
- 1981年 武蔵野美術大学造形学部油絵科卒業
- 1981～2002年 埼玉県立近代美術館(設立準備室より)学芸員
- 2002～2003年 国際芸術センター青森統括学芸員
- 2004～2006年 横浜美術短期大学(現・横浜美術大学)アートマネジメント専修非常勤講師
- 2006～2007年 井Art Gallery(上海)芸術監督
- 2009年～ NPO法人コンテンポラリーアートジャパン理事
- 2012年～ 武蔵野美術大学通信教育課程非常勤講師
- 2020年 「さいたま国際芸術祭2020」市民プロジェクト・キュレーター

②さいたまアーツセンタープロジェクト2023＊(SACP2023＊)

「さいたま国際芸術祭2020」を契機に、日常生活の中でアートに参加する機会を充実させるため継続している事業であり、芸術祭会期前より先行プロジェクトとして実施します。5つのプログラムを展開し、「ウィークデーアーツプログラム」では、「深呼吸する水曜日」「金曜日の芸術学校」「土曜アーツチャレンジ」など、様々なアートに参加するプログラムを提供します。

また、本芸術祭において拡大プログラムとして実施する「アーツスクールプログラム」では、招聘作家と継続して関わり、アートを学び、表現する機会を創出します。

a.ウィークデーアーツプログラム

日常生活の中で様々なアートに参加できるプログラム

- ・深呼吸する水曜日
- ・金曜日の芸術学校
- ・土曜アーツチャレンジ
- ・スペシャルプログラム

b.アウトリーチプログラム

地域の教育・福祉現場や商店会と連携してつくるプログラム

c.メディアプログラム

実施したプログラムの解説やプロジェクトの魅力を広く伝えるプログラム

d.キャラバンプログラム

地域にあるアート拠点での作品展やワークショップを行うプログラム

e.アーツスクールプログラム

アーティストと継続して関わることによる学び・表現を共有するプログラム



鑑賞プログラム



レクチャープログラム



アウトリーチプログラム



メディアプログラム



体験プログラム

ウィークデーアーツプログラム



限定プログラム



キャラバンプログラム



アーツスクールプログラム

《事業統括》市民プロジェクト・キュレーター：浅見俊哉(あさみ しゅんや)



略歴

- 1982年 東京都葛飾区生まれ。2004年より「時間」と「記憶」をテーマに写真作品を制作し始める
- 2006年 文教大学教育学部美術専攻卒業
- 2006年～2009年 「越谷を美術館にしよう!まちアートプロジェクト」運営
- 2008年 アートスペースKAPL(コシヤガアートポイント・ラボ)を設立
- 2009年～ SMF(サイタマミュージアムフォーラム)協力要員
- 2014年 衣裳家:田村香織とアーティストユニット「SeeSew」を結成
- 2015年～ 「かがわ・山なみ芸術祭2016」綾川町エリアキュレーター
- 2016年 「さいたまトリエンナーレ2016」SMF学校コーディネーター
- 2020年 「さいたま国際芸術祭2020」市民プロジェクト・コーディネーター

③アーツさいたま・きたまち

北区・大宮区の商業施設や文化施設を拠点として結ぶルートに、アートカー・自転車がキャラバン走行します。芸術祭会期中に実施し、不特定多数の観客が偶発的なアート鑑賞を行うことにより、芸術祭の機運上昇にも寄与します。

また、拠点とする文化施設では、現代アートのスパイスを加えた作品を展示する味変企画も実施します。

さらに、芸術祭を契機に、市内におけるアーティスト・イン・レジデンス事業を行います。

小規模で持続可能なレジデンスプログラムを想定し、芸術祭会期中の約4週間、アーティストの滞在場所を確保した上で、制作した作品は市内施設にて展示予定です。

a.キャラバン走行事業

CARt-SAITAMA 2023、ART-Chari 2023

b.文化施設 味変企画

大宮盆栽美術館、漫画会館、鉄道博物館

c.CAJ-AIR

さいたまレジデンスプログラム



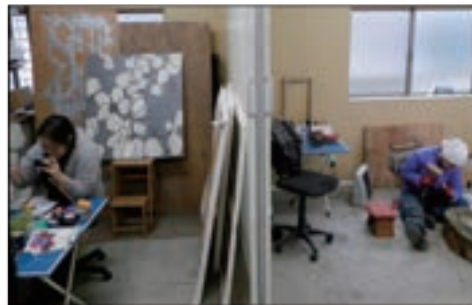
CARt-SAITAMA



ART-Chari



文化施設 味変企画 イメージ



さいたまレジデンスプログラム イメージ

《事業統括》市民プロジェクト・キュレーター：飯島浩二（いじま こうじ）



略歴

1973年 神奈川県横浜市生まれ
1997年 武蔵野美術大学造形学部工芸工業デザイン学科卒業
1999年 平成11年度文化庁国内芸術インターンシップ研修員
2008年 平成20年度文化庁新進芸術家海外研修員
2010年～ NPO法人コンテンポラリーアートジャパン理事
2015年～ アーツさいたま・きたまち実行委員会を発足、
“アーツさいたま・きたまちフェスタ”を毎年開催
2016年～ 武蔵野美術大学共通彫塑研究室特別講師
2017年～ 女子美術大学アート・デザイン表現学科非常勤講師
芸術と並行してプロ格闘家としても活動。総合格闘技のコーチとして、
世界チャンピオンを輩出するなど選手育成に携わっている。

④公募プログラム

市民参加型の国際芸術祭として、市内で展開される文化芸術活動と実行委員会が芸術祭を共につくりあげるためのプログラムです。対象事業は公募を経て決定します。

市内で展開される文化芸術活動に対して、広報協力や費用補助など、市内の文化芸術活動を市内外に発信するためのサポートをします。

当プログラムにより、市内の若手アーティスト等の企画も積極的に取り入れていきます。

想定スケジュール



⑤応援プロジェクト

本芸術祭の開催趣旨に賛同し、かつ国際芸術祭のテーマである「わたしたち」を踏まえた文化芸術に関連した事業を認証し、広報活動の相互協力を行います。

認証事業実施者は事業の広報の際に応援ロゴを掲出し、実行委員会は認証事業をSNS等で広報します。

⑥市民サポーター事業

芸術祭の開催にあたり、多様なサポーター活動を支援します。活発なサポーター活動を導線として、様々な市民に対して参加のしやすい環境を提供し、芸術祭との接続をはたらきかけます。

芸術祭の開催を契機とした新たな文化芸術のネットワークを創出し、芸術祭閉幕後も文化芸術活動を通じたコミュニティの継続・拡大をめざします。

時期	展開内容
会期前 ～2023年9月	<ul style="list-style-type: none">・サポーターミーティング・さいたまアーツセンタープロジェクトへの参加・全国芸術祭サポーター交流・サポーター参加型調査の実施・アーティストトークへの参加、アーティストのリサーチや制作への支援
会期中 2023年10月～12月	<ul style="list-style-type: none">・サポーターミーティング・全国芸術祭サポーター交流・芸術祭への開催支援活動(会場運営やイベントサポート)・サポーターの芸術祭連動型自主活動企画
会期終了後 2024年1月以降	<ul style="list-style-type: none">・サポーターによる自主活動を継続させ、次回芸術祭への機運の高まりを創出



サポーターミーティング



4. 連携プロジェクト

(1) 概要・構成

国際芸術祭を市全体で盛り上げていくために、「盆栽」、「漫画」、「人形」、「鉄道」をはじめとする本市の魅力ある文化芸術資源を活用したプロジェクトを展開するほか、市内に所在する多彩な文化施設や文化芸術団体、開催エリア周辺の商店街、実行委員会構成員、企業など多様な分野と共同でプロジェクトを企画、実施することでさいたま文化の発信、まちの活性化を図ります。

① 文化施設連携事業

本市には盆栽、漫画、人形、鉄道をはじめとする地域の特色ある文化施設が数多く存在しています。芸術祭の開催を通じて、そのような文化施設の魅力を市内外に広く発信していくとともに、開催趣旨に沿った企画展などとの連携や施設内での日頃の文化芸術活動の成果発表を通じて、芸術祭の全市的な盛り上げを図るものです。



須田悦弘(菫)―大宮盆栽美術館(さいたま国際芸術祭2020より)



菊地良太(てっばくのカタチを探ろう)―鉄道博物館(さいたま国際芸術祭2020より)

② まちなか活性化事業

芸術祭の開催期間中に開催エリア周辺の商店街や実行委員会構成員などが企画・実施する文化芸術を活かしたまちの活性化に寄与する事業との連携を行うことで、地域の一体的な盛り上げを図るものです。



TETTA(大宮三十三観音)―メインサイトでの展示(さいたま国際芸術祭2020より)



最果タビ(詩の加速)―南銀座商店街/大門地下(さいたま国際芸術祭2020より)

③ 庁内連携事業

芸術祭の開催時期に実施されるさいたま市主催による各種イベントとの連携を図り、庁内を挙げて芸術祭に取り組むことで、「文化芸術の創造力による活力のあふれたまち」の実現を目指します。

(2)プロジェクト一覧

①文化施設連携事業

連携施設・団体名	内容
大宮盆栽美術館(北区土呂町)	盆栽文化に関する特別展や、盆栽と現代アート作品とのコラボレーション企画を開催します。
漫画会館(北区盆栽町)	第38回北沢楽天漫画大賞における共同企画や、収蔵品展を開催します。
岩槻人形博物館(岩槻区本町)	2023年秋に特別展を開催します。
鉄道博物館(大宮区大成町)	さいたま市の文化である鉄道に関連した連携イベントを館内で開催します。
RaiBoC Hall(市民会館おおみや) (大宮区大門町)	芸術祭を盛り上げる公演企画や施設内での作品展示、ワークショップなどを実施します。
宇宙劇場(大宮区錦町)	宇宙劇場が保有するプラネタリウム投影設備を利用したプログラムなどを検討しています。
彩の国さいたま芸術劇場(中央区上峰)	国際芸術祭のコンセプトに沿った連携企画の実施を検討しています。
青少年宇宙科学館(浦和区駒場)	宇宙科学館館内での作品展示などを検討しています。
埼玉会館(浦和区高砂)	埼玉会館の館内外や周辺地域における作品展示、ワークショップ等を開催します。
埼玉県立近代美術館(浦和区常盤)	国際芸術祭のコンセプトに沿った連携企画の実施を検討しています。
うらわ美術館(浦和区仲町)	さいたま市にゆかりのある文化・芸術の連携企画の実施を検討しています。



さいたま文化発信プロジェクト《真アートさいたま》—岩槻人形博物館
(さいたま国際芸術祭2020より)



横田大輔《Room. Pt.1》展示風景(Guardian Garden, 2019年)
—埼玉県立近代美術館



さいたま文化発信プロジェクト《真アートさいたま》—漫画会館
(さいたま国際芸術祭2020より)

②まちなか活性化事業

連携施設・団体名	内容
埼玉大学	埼玉大学と東京藝術大学の学生が協働して、市民プロジェクト招聘アーティストによるプロジェクトやワークショップを実施します。
さいたま市美術家協会	さいたま市にゆかりのある美術家に関連した連携展示企画を実施します。
さいたま市文化協会	「第16回文化フェスティバル」にて、文化活動を行っている団体の作品展示や各種音楽発表会を実施します。
公益財団法人埼玉県産業文化センター	2023年に予定しているソニックシティのリニューアルオープンに伴い、国際芸術祭と連携したイベント企画を展開します。
東日本電信電話株式会社埼玉事業部	NTT東日本グループで保有する先端技術や、ノウハウなどを使用したプロジェクト展開を検討しています。
株式会社埼玉りそな銀行	銀行が保有するさいたま市ゆかりの美術作品の展示企画を検討しています。
株式会社武蔵野銀行	地域創生スペース「M's SQUARE」内での作品展示などの企画を検討しています。
さいたま市内商店街	地域の各拠点にて作品展やワークショップを実施するとともに、周遊ガイドマップなど商店街の利用を促進する企画を展開します。
会場周辺で開催されるイベントやまちづくりに関する企業・団体	芸術祭会期中に開催されるイベントとの連携や、大宮門街内スペースでの作品展示などの企画を実施します。
公益財団法人さいたま市文化振興事業団	関連する文化施設やコミュニティ施設も含めた芸術祭との連携企画を実施するとともに、芸術祭サポーターとSaLaサポーターズとの相互連携の取組を行います。

③庁内連携事業

連携項目	所管	内容
芸術祭に関連したイベント・事業等の実施	教育委員会	<p>児童生徒が家庭においても自由に鑑賞できるようタブレットに作品等を配信します。</p> <p>市内の小・中・特別支援学校にて招聘アーティストによるワークショップ等、アウトリーチプログラムを展開します。</p> <p>希望する生徒を対象に国際芸術祭の案内・ガイドを行うボランティアスタッフとして芸術祭と深く関わる機会を提供します。</p> <p>大宮図書館展示スペースや、市内その他の図書館で国際芸術祭のテーマに関連する資料・作品の展示を行います。</p>
その他		<p>さいたま市主催のイベントチラシなどへのロゴ掲出、イベント会場でのポスター掲出、職員の名札や名刺などへのロゴの掲出、オフィシャルグッズの販売、作品・プロジェクトの展開場所の提供などを通じて庁内の芸術祭に対する機運醸成及び市民に対する情報発信を行います。</p>



DamaDamTal+ひまわり特別支援学校全校生徒アウトリーチプログラム(さいたま国際芸術祭2020より)



長島雄+やじるしのチーム(→(やじるし))(さいたま国際芸術祭2020より)

•

•

•

•

•

•

•

•

•

•

•

•

•

•

•

•

•

•

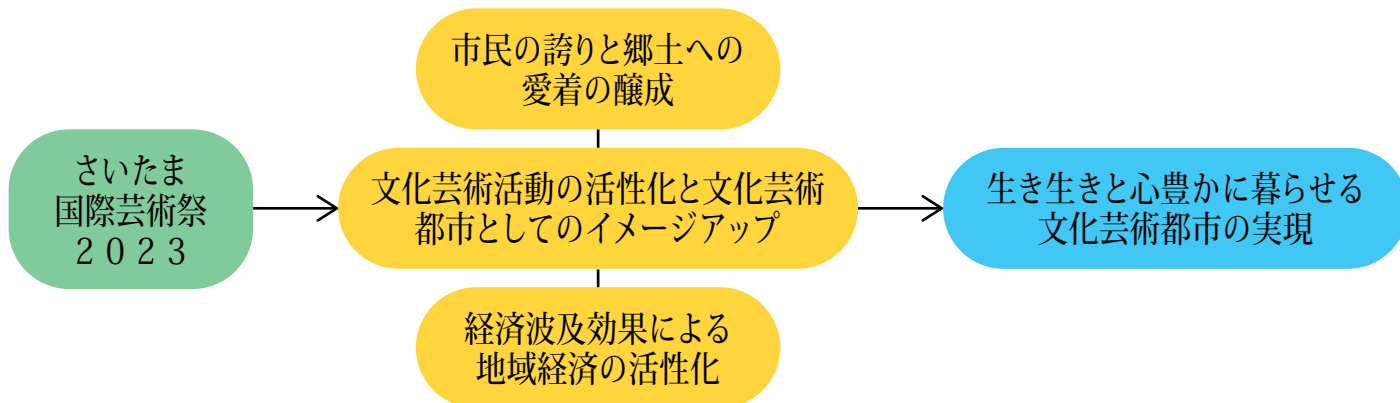
•

•

•

VI. 広報

1. さいたま国際芸術祭の基本的な考え方



2. 広報の目標

市民参加を促し、シビックプライドと機運を醸成

さいたまの視点から生み出すこれまでになかった芸術祭を発信

より幅広い露出を狙い気軽に来たくなる芸術祭へ

3. 広報コンセプト

「わたしたち」から発信する新しい芸術祭

さいたま国際芸術祭2023は、市民参加型として市民に開かれた芸術祭であることに最大の特徴があります。今回のテーマである「わたしたち」は、作品と鑑賞者の関係を捉えなおし、鑑賞者の主体性により創り上げる国際芸術祭として、これまでになかった芸術祭を目指していきます。こうした考え方を積極的に広報していくことで、「共につくる、参加する」市民参加型の芸術祭としてのイメージ定着を図り、芸術祭としての独自性を打ち出していきます。

4. 広報活動基本方針

①これまでになかった独自の芸術祭であることを強く発信し、市のイメージ向上に寄与します。

国内で多数開催されている芸術祭をもう一度捉えなおし、さいたま市でこれまでになかった独自の芸術祭が開かれることを強調して注目度を高められるような広報活動を行います。また、市民プロジェクト等、市内で活発に行われている文化芸術活動全般の発信を通じて、文化芸術都市としての側面を伝えていきます。

②統一したビジュアルイメージを保ち、さいたま国際芸術祭としてのイメージを確立します。

ロゴ制作担当のデザイナーに制作物のデザイン監修を依頼し、一貫したビジュアルイメージを保つことで、アートプロジェクト、市民プロジェクト、連携プロジェクトの一体性を確

保し、市民参加型の芸術祭としての認知度向上につなげます。統一されたルールに沿ってデザインを管理することで、チラシ・ポスター・WEBサイト等の様々な媒体を活用しながら、多面的に情報発信を行います。

③本番直前の情報発信の山場に向けて、開催への期待感を高めます。

リアルタイム性の高いSNSを駆使して、本番に向けて準備が徐々に活発化していく様子を細やかに発信し、期待感を醸成します。市民サポーターなど、芸術祭に参加する「わたしたち」がメディアとなるような、SNSでの拡散を狙った継続的かつ高頻度な発信を本番直前の情報発信の山場に向けて実施し、広報活動の効果を最大化できる施策を目指します。

5. 広報基本戦略

(1) 広報ターゲットの考え方

本芸術祭の広報において重要と思われるターゲットを3つに分類。各ターゲットに応じて適切なメディア選定を行い、コミュニケーション戦略を構築することで確実な情報伝達を行います。

ターゲット①
30代・40代を
中心としたさいたま市民

市民参加を促し、シビック
プライドと機運を醸成

ターゲット②
首都圏を中心とした
アート関心層

さいたまの視点から生み出す
これまでにない芸術祭を発信

ターゲット③
国内外の観光客

より幅広い露出を狙い
気軽に来たくなる芸術祭へ

これまでのさいたま国際芸術祭の主要な来場者層である30代・40代のさいたま市民を主要なターゲットに定め、さらなる来場者数の増加を目指します。メイン会場への導線となるさいたま新都心駅や、大宮駅を中心に、街頭ポスターの掲出や広報活動を行い、さいたま市内での認知を高めます。また、市民参加型のプロジェクトやサポーターの日々の活動などを積極的に発信することで、これまでの芸術祭以上に市民参加を促進し、市民とともにつくる芸術祭を体現していきます。

普段からアートに関心があり、チケット購入の確度が高い、首都圏を中心としたアート関心層への情報接点を増やすことで、チケットの販売強化につなげます。また、有力と考えられるアート専門誌等に記事広告を出稿するなど、アート・カルチャー媒体への露出を増やすとともに、同時期に開催される他芸術祭との広報連携を企画するなど、国内で様々な芸術祭を捉えなおした、これまでにない芸術祭であることを発信します。

一般紙やメディア等に情報提供を行うとともに盆栽、漫画、人形、鉄道といった本市の魅力ある資源を発信する拠点施設や商店街、スポーツイベント等と連携した幅広い広報を行うことで、芸術祭を知るきっかけを作り、「気軽に遊びに来たくなる芸術祭」として認知拡大を図ります。また、訪日観光客を意識し海外向けにも情報発信を行うことで、全体の来場者数の増加に寄与し、飲食店等、芸術祭周辺の地域の活性化を目指します。

(2) メディア戦略

地元メディア、芸術・文化等の専門メディア、一般メディアなど、それぞれのメディア特性を踏まえて適切な情報提供を行うことで、露出の確度を高めます。

① 地元メディアに対して：【文化行政、地域貢献への理解促進】

市政記者クラブや地元メディアに向けて、地域に根ざした情報として芸術祭の意義のみならず、芸術祭を彩る周辺の情報を含めて伝えていきます。市民による作品制作の様子や、市民サポーターの活動、地元との連携をテーマに露出することで、さいたま市の文化芸術都市としての側面を伝えるとともに、本芸術祭の理解促進につなげます。また、地元メディアに取り上げられることで、「わたしたち」の芸術祭であるといった、参加者の主体性の獲得を目指すとともに、市内での話題喚起を行います。

② 文化・芸術等の専門メディアに対して：【芸術祭としての評価・批評の獲得】

文化・芸術関連の専門メディアは一般紙よりも踏み込んだ

内容の情報を欲することから、有力と考えられるアート専門誌やWEBサイトに記事広告を出稿するなど、さいたま国際芸術祭の意義を語る企画を通して、本芸術祭が目指す新しい芸術祭を訴求することで、本芸術祭の特色や本質的なメッセージなどを伝えていきます。

③ 一般メディアに対して：【芸術祭の認知拡大】

さいたま国際芸術祭2023の認知度を高めるため、テレビやラジオなど、幅広いメディアに開催情報を伝えます。会期や参加アーティストといった基本的な情報をしっかり伝えるとともに、一般の方にも芸術祭に対する興味や親近感を持たせる企画を検討するなど、多くの人に開催情報を届けることを狙います。

(3) 広報コミュニケーションマップ

開催までの期間を3つのフェーズに切り分け、広報ターゲットごとに適切な施策を検討します。

期間	開催前期間		開催期間
	2022年8月～	2023年6月～	2023年10月～
フェーズごとの 主な活動	<p>Phase1 芸術祭の開催を告知</p> <p>ロゴ、ビジュアル、開催期間などの概要や先行プロジェクトの実施情報をWEB・SNSを中心に露出</p> <p>○主な活動</p> <ul style="list-style-type: none"> 開催概要の発表 公式SNSでの情報発信開始 先行プロジェクト実施情報の発信 ティザーチラシの作成・配架 	<p>Phase2 詳細情報を公開し期待感を醸成</p> <p>市民との制作や準備活動を露出、複合的に様々な活動を開始</p> <p>参加アーティストなど具体的な情報を続々と公開し、期待感を醸成</p> <p>○主な活動</p> <ul style="list-style-type: none"> 本番前市民向けイベントの実施 本番前チラシの作成・配架 公式WEBサイトの立ち上げ 記者発表会の実施 チケット販売開始 	<p>Phase3 開催期間中も継続広報</p> <p>開催に合わせてマスメディアや広告を活用し、芸術祭の露出を最大化</p> <p>開催中のトピックスやイベントごとの告知を継続的に行う</p> <p>○主な活動</p> <ul style="list-style-type: none"> プレス内覧会、レセプションの実施 オープニングセレモニーの実施 駅、交通広告の出稿 開催中のイベントの告知
30代・40代を中心とした さいたま市民	<p>開催概要のみを記したティザーチラシを作成・配架</p> <ul style="list-style-type: none"> さいたまアーツセンタープロジェクトやサポーターミーティング等の先行プロジェクトの実施情報を提供 	<p>さいたま新都心駅、大宮駅を中心に、さいたま市内主要箇所にポスター掲出・チラシ配架</p> <p>地元のテレビ、ラジオ、新聞へのプロモート</p> <ul style="list-style-type: none"> 本番前市民向けイベントの実施 本番前チラシの全戸配布 地元メディアに対して：オープン時、開催期間中の取材誘致 	
首都圏・国内 アート関心層	<p>開催概要のみを記したティザーチラシを配架</p>	<p>首都圏の美術館を中心にチラシ配架</p> <p>芸術系専門誌やアート・カルチャー系メディアへのプロモート</p> <p>同時期に開催される他芸術祭との広報連携</p> <ul style="list-style-type: none"> アーティストやディレクターへの取材誘致 アート系メディアに記事広告の出稿(スタッフインタビュー) 芸術文化系メディアに対して：オープン時、開催期間中の取材誘致 アート系メディアに記事広告の出稿(レポート記事) 	
国内の観光客		<p>全国メディアへの情報提供</p> <p>市内の文化施設や商店街へのチラシ配架</p> <ul style="list-style-type: none"> 一般メディアに対して：お出かけ情報を扱うテレビやラジオ、雑誌等への情報提供 	
海外の観光客		<p>海外広報</p> <ul style="list-style-type: none"> 在京海外メディア誘致 海外メディア向けのリリース配信 インバウンド向け告知 	
WEB・SNS	<p>ティザーサイト公開</p> <p>公式SNSアカウントの立ち上げ</p> <ul style="list-style-type: none"> 先行プロジェクトの情報等を配信 	<p>公式WEBサイト公開、随時更新</p> <ul style="list-style-type: none"> 招聘アーティストや作品制作過程を中心に配信 <p>開催中の情報を続々と告知</p>	

会期終了後のアーカイブ：さいたま国際芸術祭 2023の全容がわかる記録集(カタログ)を制作し、記録を残します。

ターゲット①

30代・40代を中心としたさいたま市民

戦略方針：市民参加を促し、シビックプライドと機運を醸成

期間	開催前期間	開催期間	
	2022年8月～	2023年6月～	2023年10月～
フェーズ	Phase1 芸術祭の開催を告知	Phase2 詳細情報を公開し 期待感を醸成	Phase3 開催期間中も 継続広報
広報	プレスリリース		
	●8/26テーマ・ロゴ発表 ●招聘アーティスト発表第1弾 ●招聘アーティスト発表第2弾	●招聘アーティスト発表最終	
広告	ティザーサイト開発	秋以降/ティザーサイト公開	本番サイト公開
		本番サイト開発	地元のテレビ、ラジオ、新聞への情報提供
イベント	SNSにて先行イベント等を中心に発信	SNSにて作品情報を中心に発信	SNSにて会期中情報を発信
	ティザーチラシ作成	さいたま市内主要箇所にてティザーチラシの配架 本番チラシ・ポスター作成 広報制作物・バナー制作	さいたま市内主要箇所に本番チラシの配架 チラシ全戸配布 さいたま新都心駅、大宮駅を中心にポスター掲出 商店街街路灯バナー展開
		●記者発表会	●市民向けイベント ●プレス内覧会 ●オープニング セレモニー

①広報（パブリシティ）

- さいたま市報、地元のテレビ、ラジオ、新聞への情報提供

ターゲットメディアの例：さいたま市のローカルテレビ・ラジオ・新聞、報道番組の教育・地域コーナー

②広告

- 市内の主要箇所にティザーチラシの配架
- 本番前チラシの市内全戸配布
- 市内の主要箇所にポスター掲出
- さいたま新都心駅、大宮駅を中心に公共交通機関への広告掲出
 - ・さいたま新都心駅コンコースのバナー掲出
 - ・大宮駅のデジタルサイネージ・観光誘致ポスターの掲出
 - ・市内を走行するバスやタクシーに芸術祭のステッカーを貼付け
- 商店街街路灯にバナーフラッグを掲出
- 市内商業施設と連携し、ポスター掲出／チラシ配架
- 市内の教育機関と連携し、学校にポスター掲出／チラシ配架
- 自治会掲示板への掲出

③イベント

- 開催前の市民向けイベントの実施
- 市内商業施設と連携し、芸術祭に参加するアーティストによるトークショー等、芸術祭の告知につながるようなイベントを実施し、市内の機運醸成を図ります。



駅構内広告など(さいたま国際芸術祭2020より)

ターゲット②

首都圏を中心としたアート関心層

戦略方針:さいたまの視点から生み出すこれまでにない芸術祭を発信

期間	開催前期間	開催期間	
	2022年8月～	2023年6月～	2023年10月～
フェーズ	Phase1 芸術祭の開催を告知	Phase2 詳細情報を公開し 期待感を醸成	Phase3 開催期間中も 継続広報
広報	プレスリリース ●8/26テーマ・ロゴ発表 ●招聘アーティスト発表第1弾 ●招聘アーティスト発表第2弾		
	●招聘アーティスト発表最終		
広告	●8/26テーマ・ロゴ発表 ●招聘アーティスト発表第1弾 ●招聘アーティスト発表第2弾	●招聘アーティスト発表最終	
	●招聘アーティスト発表最終		
イベント	●記者発表会	●プレス内覧会 ●オープニング セレモニー	

①広報(パブリシティ)

- 文化・芸術等の専門メディアへの情報提供、メディアキャラバン

ターゲットメディアの例:アート・カルチャー系の雑誌、WEBメディア、新聞の美術・文化担当記者

②広告

- アート系メディアに記事広告の出稿

有力と考えられるアート専門誌やWEBサイトの記事枠を購入して、芸術祭の記事を掲載し、パブリシティだけでは伝えきれない内容を伝えます。スタッフインタビュー、体験レポートなど、内容を変えて2回実施予定です。

- 首都圏の美術館を中心としたポスター掲出/チラシ配架
- 他の国際芸術祭と連携したポスター掲出/チラシ配架
- 首都圏の美術大学や美術系専門学校と連携したポスター掲出/チラシ配架
- JR首都圏の主要駅における観光誘致ポスターの掲出



美術手帖掲載記事(さいたま国際芸術祭2020より)

ターゲット③

国内外の観光客

戦略方針：より幅広い露出を狙い気軽に来たくなる芸術祭へ

期間	開催前期間	開催期間	
	2022年8月～	2023年6月～	2023年10月～
フェーズ	Phase1 芸術祭の開催を告知	Phase2 詳細情報を公開し 期待感を醸成	Phase3 開催期間中も 継続広報
広報	<p>プレスリリース</p> <ul style="list-style-type: none"> ●8/26テーマ・ロゴ発表 <ul style="list-style-type: none"> ●招聘アーティスト発表第1弾 ●招聘アーティスト発表第2弾 ●招聘アーティスト発表最終 		
	<ul style="list-style-type: none"> ティザーサイト開発 秋以降/ティザーサイト公開 本番サイト開発 SNSにて先行イベント等を中心に発信 	<ul style="list-style-type: none"> 本番サイト公開 全国メディアへの情報提供お出かけ系メディアへのメディアキャラバン PRイベントのプロモート 在京の海外メディア誘致海外メディア向けリリース配信 SNSにて作品情報を中心に発信 	<ul style="list-style-type: none"> SNSにて会期中情報を発信
広告		国内外の観光客向け告知	
イベント		<ul style="list-style-type: none"> ●記者発表会 ●市民向けイベント ●プレス内覧会 ●オープニングセレモニー 	

① 広報（パブリシティ）

- 一般誌への情報提供、メディアキャラバン

ターゲットメディアの例：お出かけ情報系の一般誌、TV、WEB、ほかマスメディア

- 本市独自の文化芸術を生かした情報発信

盆栽・漫画・人形・鉄道といった本市の魅力ある資源を発信する拠点施設と連携し、芸術祭と施設の広報を相互に実施することで、集客の相乗効果を生み出します。

- 海外メディアへのリリース配信、取材誘致

海外アートメディア向けのワイヤーサービス（e-flux等）を利用し、リリース配信を行います。在京の主要海外メディアに対して取材誘致を行い、露出記事の獲得を目指します。

- ツーリズムと連動した広報

市内の周辺文化施設や、飲食店等、芸術祭のメインエリアに近い様々な観光情報を芸術祭と併せて紹介することで、海外、県外、市外から人を呼び込む取り組みを行います。

② 広告

- 海外の観光客向けに観光案内所等でのポスター掲出／チラシ配架

- 国内旅行者向けに告知として東日本連携都市や政令指定都市などへのポスター掲出／チラシ配架

- JR東日本管内の各鉄道の各駅に観光誘致ポスターを掲出

5. 広報施策の詳細

(1) 公式WEBサイト

■基本方針

利用者が容易に情報収集できるよう、わかりやすい視覚伝達を意識した構成でWEBサイトを立ち上げます。本芸術祭のコンセプトを体現したサイトを目指します。

■ポイント

①デザインの基本方針

本芸術祭のロゴデザインに合わせて、統一感のあるサイトデザインを構成します。

また、「タイムベースド」な本芸術祭の特徴であるスケジュールのページについては、芸術作品が展示される瞬間だけでなく創作過程から会期終了まで体感できるような構成や仕組みを採用します。

②グローバル対応

日本語、英語の2言語に切り替えることができる機能を搭載し、国内外の来場者に向けて情報発信を行います。

③レスポンス対応

様々なデジタルデバイスに対応できるよう、レスポンスデザインを実施します。特に、重点ターゲットである30～40代の利用者を意識し、スマートフォン利用を中心に考えた構成とします。

④SNSとの連動

SNSとの連動性を担保し、WEBサイトから外部SNSへ拡散していく仕組みを取り入れます。また、WEBサイトの更新情報を都度SNSでも発信することで、外部SNSで情報に触れた人がWEBサイトへ流入してくるような相互作用のある広報活動を展開します。

⑤チケット販売への誘導

会場チケットが購入できるページを設置し、チケット販売の窓口として効果的に機能するWEBサイトを目指します。

ページ遷移イメージ



TOPページ

テーマ

アーティスト

開催概要

※展開はイメージです

※ 画像は過去サイトより流用しております。

■運用方針

本番公式WEBサイトは、広報戦略上のPhase2に当たる6月頃に公開します。以降、広報活動と連動して継続的に最新情報を発信していきます。WEBサイトの運用については、運営管理システムを導入し、記事の更新や管理が容易にできる環境を構築します。

なお、2022年秋から公式WEBサイト公開までの期間は開催概要やニュースなど、簡易的な情報のみ記載したティザーサイトで情報発信を行います。

(2) SNS発信活動

アートに関心のある人だけでなく、幅広い層に芸術祭への参加を促す情報を発信するとともに、#(ハッシュタグ)利用などによって観客が主体的に情報を発信したくなるような広報活動を行います。



※展開はイメージです

(3)メディアリレーション

●プレスリリース配信

各メディアに対して、アーティスト決定などの重要なニュースを継続的に一斉配信します。

PR TIMES等のワイヤーサービスを利用し、幅広いメディアに向けて配信します。

●メディアキャラバン

会期中もしくは直前にメディアへの情報提供を行い、露出の確度を高める施策を検討します。

(4)広報物による広報

●ポスター

市内の主要な場所(公共機関・公共交通機関・商店街など)を中心に芸術祭の告知ポスターの掲出を行い、開催情報を伝えます。

●チラシ

市内の主要な場所に配架し、開催情報を伝えます。チラシは開催概要のみを記したティザーチラシ、本番直前チラシの2

種類を作成し、ティザーチラシは早期配架による開催情報周知の徹底、本番直前チラシは詳細情報を記載して市報さいたまに折り込み、市内全約63万世帯への配布を実施し、市内での機運を高めます。

●ガイドマップ

芸術祭の概要(プロジェクト・会場・作家・まちの魅力など)を記載し、情報を得ることができるガイドマップまたはタイムテーブルを制作し、会期中に無償で配布することを検討します。

●公式カタログ

芸術祭の実施風景などを写真やテキストで記録として残すためのカタログを作成します。

●のぼり、横断幕

市内の会場に目印として設置し、芸術祭開催中の機運を高めます。

●ロゴを使用したグッズの制作

クリアファイル等、本芸術祭のロゴを使用した関連グッズを制作し、芸術祭の広報として活用します。



街頭ポスター



チラシ



クリアファイル



ネクストラップ

※展開およびデザインはイメージです

(5) 広報イベント

① 記者発表会

会期の約4カ月前に当たる6月に、参加アーティストや開催概要を発表する記者発表会を実施。芸術祭に関する詳細情報を初めて開示することで、開催までの期待感を醸成します。実施の際は、市内メディアや芸術文化専門メディアなど、幅広いメディアに対して取材案内状を送付し誘致。さいたま国際芸術祭の認知を拡大するとともに、開催へ向けた機運を高めます。

・実施予定時期：2023年6月



記者発表会(さいたま国際芸術祭2020より)



記者発表会(さいたまトリエンナーレ2016より)

② オープニングセレモニー

市長やディレクターが登壇し、芸術祭の開始を宣言するオープニングイベントを実施します。市民プロジェクト作品のお披露目等、市民参加によってさいたま市に生まれたアート作品についてもスポットライトが当たるよう、イベントの内容についてはPR目線で十分に検討します。

さいたま国際芸術祭2023の特徴や意義を説明するとともに、幅広いメディアに向けて開始を宣言することで、芸術祭自体の認知を広げます。

・実施予定時期：2023年10月

③ プレス内覧会

報道関係者やアート関係者等を対象に、作品の撮影やアーティストへの取材が可能な内覧会を実施し、開催に合わせて露出を最大化します。芸術祭の基本情報を記載した開催概要を制作し、メディア向けに配布することで、確実な情報伝達を行うとともに、メディアの興味を喚起します。

・実施予定時期：2023年10月

④ レセプション

本番直前に市内の関係者や参加アーティスト、他の芸術祭の関係者等を招いてレセプションを開催します。

国際芸術祭に関して意見交換を行い、本芸術祭の評価を得ながら、今後のさいたま市における文化芸術の発展に向けた関係構築を行います。

・実施予定時期：2023年10月

(6) 会期前市民向けイベント

会期前に市民やサポーター等を対象とした市民イベントの開催を検討します。市内の商業施設と連携して、ディレクターや参加アーティストによるトークイベントや、市民との交流を促すワークショップ等を開催することによって開催までの機運の醸成を狙います。

・実施予定時期：2023年6月以降

6. 協賛パートナー獲得にむけた広報戦略

(1) 基本方針

協賛メリットのメニューを検討した上で、実行委員会がつながりのある過去の協賛社や市内企業をはじめとして、首都圏の新規の企業・団体にアプローチすることで協賛パートナー獲得拡大を目指します。

(2) 協賛メリットの検討

チラシ、ポスターやWEBサイトなどの広告媒体への社名・団体名・ロゴ等の掲出や会場内でのブースエリアの充実に加え、レセプションへの招待などの協賛社の露出を図ります。また、商業施設との連携や作品展示・公演作品との連携など、芸術祭との関わりがより深い協賛メリットについても検討してまいります。

7. 実行委員会による広報

さいたま国際芸術祭実行委員会を構成する団体が保有するメディア(テレビ・ラジオ・新聞・HP等)での特集記事・特集番組の配信を企画するとともに、保有する施設等でのポスター、サイネージの掲出及びチラシの配布を行います。



駅広告(さいたま国際芸術祭2020より)



駅広告(さいたまトリエンナーレ2016より)

8. 市内連携による広報

さいたま市が持つ既存の発信手段を活用し、発行物のロゴ掲出をはじめ、イベント会場におけるブース出展やポスター掲示、チラシの配布等のほか、HP、SNS、デジタルサイネージ及び市報など市所有メディアを活用し芸術祭の情報発信を行います。

また、さいたま市職員のひとりひとりを芸術祭のセールスマンとして位置づけ、市内をあげて芸術祭の機運醸成に取り組んでいきます。



テレビ広報番組「のびのびシティさいたま市」(さいたま国際芸術祭2020より)



《息をする花》の市内巡回(さいたまトリエンナーレ2016より)

VII. 開催運営

1. 運営方針

(1) 会場運営

会場運営にあたっては、様々な来場者の安全を期するための受け入れスタッフの教育を行い、快適な鑑賞環境・体験環境を整えます。チケット販売窓口や電話窓口、誘導・案内サイン、インフォメーションセンターなどを設置し、スムーズに来場者を会場に導きます。

また、会場内で実施を予定しているパフォーマンス等のイベント型プロジェクトについても、チケット販売の仕組みと連動した運営体制を検討し事前の周知や当日の参加者の安全への配慮に努めます。

(2) 開催運営サポーター

芸術祭の開催運営にあたっては、芸術祭の楽しみ方を最もよく知る市民サポーターの協力が不可欠です。市民サポーターの他にも、中高生サポーターや大学コンソーシアムさいたま加入大学の学生ボランティアや実行委員会構成員の協力を得て、オールさいたまの体制で来場者を受け入れると同時に、アーティストとの交流や作品を深く知る機会を設けることにより来場者と開催運営サポーターの両者が参加することの楽しさを実感できる芸術祭としていきます。



会場運営の様子(さいたま国際芸術祭2020より)



イベント型プロジェクト運営の様子(さいたま国際芸術祭2020より)



会場内フロアマップ・順路案内サイン(さいたま国際芸術祭2020より)



開催運営サポーター(さいたまトリエンナーレ2016より)



オープニングセレモニー(さいたまトリエンナーレ2016より)

2. 開館時間・休館日

開館時間については、展開するプログラムの内容及び来場者が訪れやすい時間帯等を踏まえて今後検討していきます。また、休館日については、週1日設ける想定をしています。

3. チケット販売

公式WEBサイトから購入できる仕組みを基本の販売方式とします。一方で、会場にて当日券の販売も用意するなどあらゆる属性の方にとって購入しやすい、ユニバーサルなチケット販売を行います。

会期前に安価な前売りチケットを準備。また、将来の文化芸術の担い手である高校生以下の子どもたちに対しては入場料を無料とすることで、鑑賞機会の充実を図ります。

会場に入場できる人数には限りがあることから、鑑賞の際の安全性を確保するために、時間帯ごとの入場制限や、パフォーミングアーツに関しては公演ごとにチケットを用意することも検討します。

販売期間

前売券:2023年7月頃～
当日券:2023年10月7日～

価格

有料化します。
※近隣文化施設や他の芸術祭の価格を比較検討し、決定

無料対象者

高校生以下、障害者及び介助者(1名)

販売方法

•WEBサイト
•市内の文化施設
•会場

4. 新型コロナウイルス感染症対策

「博物館における新型コロナウイルス感染拡大予防ガイドライン」等の各業種別ガイドラインや保健所の指導を基に感染症対策を実施します。過去芸術祭での下記の実施内容も踏まえて対策を検討します。

- 事前予約制の導入
- 入館時の検温、マスク着用、手指消毒の対応
- 展示室ごとの感染予防リスク評価をもとにした対策
- 関係者、スタッフの感染対策の徹底



検温の様子、手指消毒薬の設置、注意喚起サイン(さいたま国際芸術祭2020より)

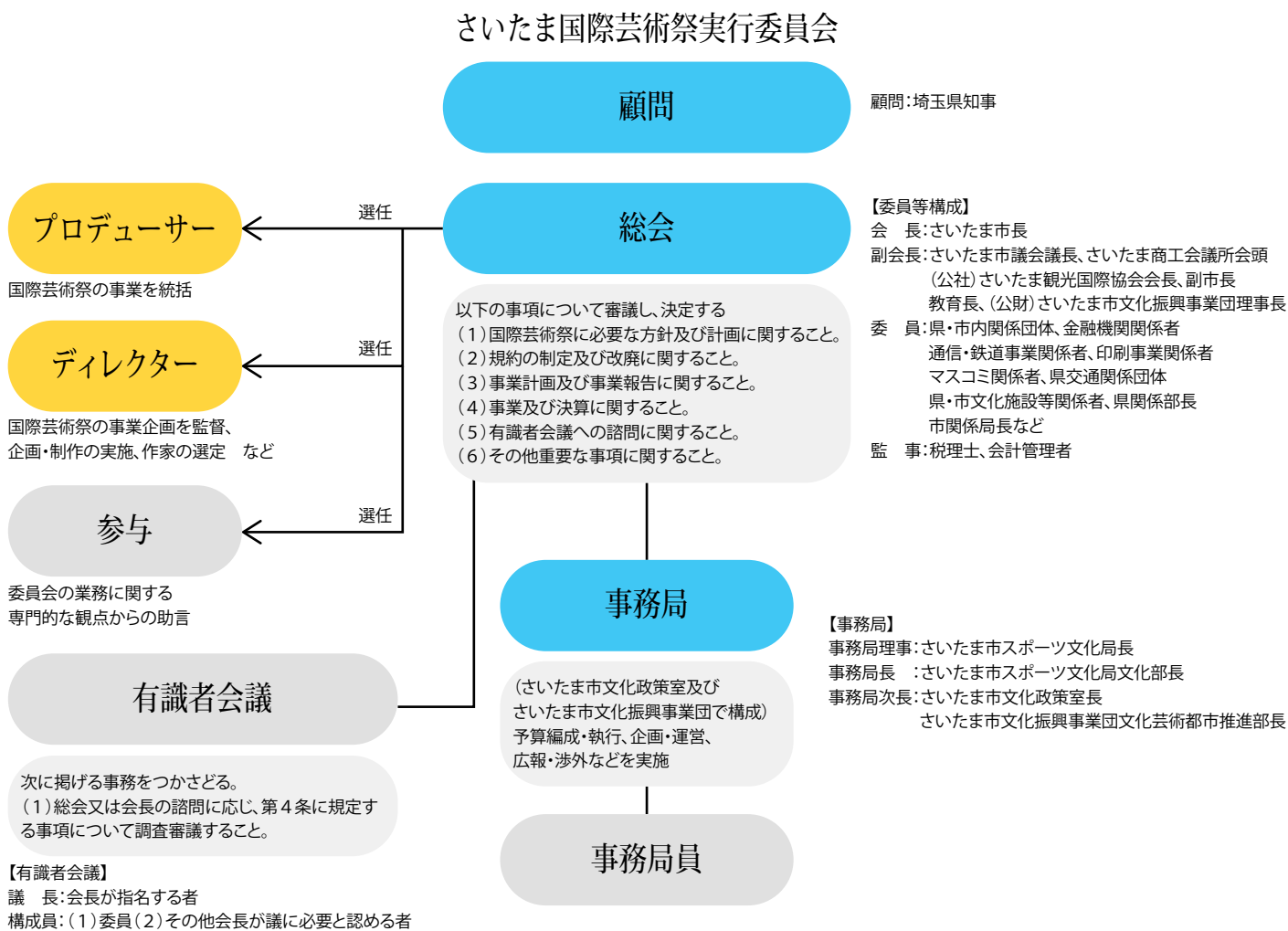


VIII. 実施体制

1. 実行委員会組織図・委員会構成団体

2022年1月に実行委員会を設立して以降、事業運営や広報活動に対する意見・提案をいただきながら、総会を定期的開催し、企画や事業費などについて審議・決定してきました。

今後もオールさいたまで取り組むという趣旨のもと、埼玉県、文化団体、経済団体、大学などの幅広い関係者の知見、人材、人脈、資金等をフルに活用していきます。



《構成団体(2022年3月30日実行委員会第2回総会時点)》
 さいたま市、埼玉県、さいたま市議会、さいたま商工会議所、公益社団法人さいたま観光国際協会、さいたま市教育委員会、公益財団法人さいたま市文化振興事業団、埼玉県立近代美術館、独立行政法人国際交流基金、公益財団法人東日本鉄道文化財団鉄道博物館、大学コンソーシアムさいたま、さいたま市自治会連合会、さいたま市商店会連合会、公益社団法人埼玉中央青年会議所、株式会社埼玉りそな銀行、株式会社武蔵野銀行、日本郵便株式会社さいたま市内郵便局、東日本電信電話株式会社埼玉事業部、東日本旅客鉄道株式会社大宮支社、東武鉄道株式会社、埼玉高速鉄道株式会社、凸版印刷株式会社、日本放送協会さいたま放送

局、株式会社テレビ埼玉、株式会社埼玉新聞社、株式会社FM NACK5、株式会社ジェイコム埼玉・東日本、一般社団法人埼玉県バス協会、一般社団法人埼玉県乗用自動車協会、さいたま市文化協会、公益財団法人埼玉県芸術文化振興財団、公益財団法人埼玉県産業文化センター、税理士法人レヴ・ナス

2. 有識者会議(さいたま・アート・フォーラム)

芸術祭の事業実施にあたり、プロデューサー、ディレクターと事務局との連絡・調整を図る場としていくなど、事業の円滑な実施に寄与していくため「有識者会議(さいたま・アート・フォーラム)」を必要に応じて開催します。

IX. スケジュール

