



おおいたトイレンナーレ 2015

開催報告書

2016年3月

おおいたトイレンナーレ実行委員会

目次

1	主催者挨拶	p.1
2	大分市長挨拶	p.2
3	おおいたトイレンナーレ 2015 を終えて	p.3
4	事業概要	p.4
5	企画概要	p.5
6	制作作品	p.8
7	会期中の取組	
	[1] オープニング・クロージング	p.20
	[2] まちなかアートイベント	p.23
	[3] まちなか体験イベント	p.31
	[4] ボランティアスタッフの活動	p.36
	[5] まちなか発見マンガプロジェクト	p.37
	[6] ガイドツアー	p.39
8	その他の取組	
	[1] 応援プログラム	p.40
	[2] 連携した取組	p.43
9	広報事業	p.44
10	開催までの取組	
	[1] 大分圏清掃整理促進運動	p.46
	[2] ワークショップ	p.47
	[3] シンポジウム・トークセッション	p.48
	[4] ようを+アートプロジェクト	p.49
11	会期後の取組	
	[1] ふりかえりの開催	p.51
12	アンケートの結果	
	[1] 観客アンケート	p.52
	[2] 店舗アンケート	p.59
	[3] 協力者アンケート	p.63
13	実行委員会の収支状況	p.66
14	事業評価	p.67
15	総括と今後の展望	p.75
16	組織体制	p.79
17	活動記録	p.80
	資料	
	・アートを活かしたまちづくり「おおいたトイレンナーレ」基本構想	
	・アートを活かしたまちづくり「おおいたトイレンナーレ」基本計画	
	・おおいたトイレンナーレ実行委員会規約	

1. 主催者あいさつ

2013年から準備を始めた「おおいたトイレナーレ」は、2015年7月18日から9月23日の会期で幕を閉じました。

駅ビルができる、県立美術館ができるという100年に1度の大変革を迎えた大分市の中心市街地では、その大きな施設を結ぶ街の回遊性をいかに高めるか。「アートを活かしたまちづくり」を目指したこの取組は、芸術文化のセクションではなく、商業のセクションである大分市商工労政課が担うことで、商店街などの皆様との連携を深めながらフェスティバルを成功させることができました。

「おおいたトイレナーレ 2015」では、16組のアーティストによる作品制作、まちなかの色々な場所でのワークショップやパフォーマンス、市民の自主企画により普段は体験できない街の面白さが味わえるさまざまなイベントを行いました。

さらに、会場の案内や、作品のメンテナンスを市民ボランティアにお願いしました。

これらにより、観客が街の文化や歴史に触れ、市民と観客との交流もうまれました。これは、大分の街を訪れたお客様にとって「おおいたトイレナーレ」ならではの思い出になったのではないかと感じています。

この「おおいたトイレナーレ 2015」を開催することで、何の特色もないと思われた大分市の中心市街地が「トイレ」というどこにでもあるものによって、この夏、最も注目されたであろう街になりました。しかも、単に「トイレをきれいにする」「トイレに絵を飾る」というのではなく、そこに「アート」が介在しました。

「アート」が介在することによって、私たちは街を、社会を見つめなおすことができたのではないかと考えています。

会期中には、「日本トイレ大賞 地方創生担当大臣賞」を受賞するというご褒美もありました。

これもひとえに出品されましたアーティストの方々、そして開催にあたりお力添えをいただきました街の皆様、各関係機関、市民の皆様をはじめ、関わっていただきました全ての皆様方のおかげと、心より御礼申し上げます。

おおいたトイレナーレ実行委員会
委員長 八坂千景

2. 市長あいさつ

2015年7月から9月にかけて開催いたしました、大分市中心市街地の「トイレ」を舞台にしたアートフェスティバル「おおいたトイレナーレ 2015」には、18万人をこえる多くの方にご来場いただくなど、大分市中心市街地の活性化と魅力の発信につながる、大きな成果を上げることができました。

2013年から始まったこの取組は、大分市が「アートを活かしたまちづくり」事業の中で策定した「おおいたトイレナーレ」の構想の趣旨に賛同いただいた、文化・芸術やまちづくり、商業や経済などの各種団体の関係者、学識経験者等により組織された「おおいたトイレナーレ実行委員会」が実施主体となって進めていただきました。

また、プレイベントからアートフェスティバルの実施までの間に行ったたくさんのイベントや事業には、商店街組合や企業、学校、そして多くの市民の皆様などにお力添えをいただきました。

近年、日本全国でさまざまなアートフェスティバルが行われていますが、「おおいたトイレナーレ 2015」は文化芸術の持つ創造性をまちづくりにつなげる新たなモデルになったのではないかと考えます。

今後に目を向けますと、2018年に国民文化祭、2019年にはラグビーワールドカップが開催され、さらに2020年には東京オリンピック・パラリンピックが行われます。

このような大規模で集客力のあるイベントにあわせて、大分市においてもさまざまな文化プログラムを展開することが期待されていますが、この度の貴重な経験を活かし、各種団体や市民の皆様と一体となって、引き続き「アートを活かしたまちづくり」を進め、本市の魅力を世界に情報発信してまいりたいと考えています。

最後に、これまで「おおいたトイレナーレ 2015」の開催に向けて、ご協力を賜りました関係各位と、フェスティバルにご参加いただいた大勢の皆様にご改めて深くお礼申し上げます。

大分市長
佐藤 樹一郎

3. おおいたトイレナーレ 2015 を終えて

2015年9月23日、「おおいたトイレナーレ 2015」は閉幕を迎えました。トイレを舞台にした、異例の芸術祭に関わってくださったすべての皆様に、この場をお借りして心から感謝申し上げます。また、アートとともに、大分のまちなかをいつもとは異なる視点でお楽しみいただけたならば、大分市出身者としても大変嬉しく思います。

アーティストの皆様には、「トイレ」という共通のテーマから実に多様な場を生み出していただきました。素晴らしい作品やパフォーマンスを実現していただき、本当にありがとうございました。

作品設置やイベント会場としてご協力いただいた皆様、とても難しい企画でご苦労も多かったのではないかと思います。皆様のご理解に、あらためて深く感謝いたします。

また、実行委員会ならびに事務局の皆様のおかげで、大きな事故もなく盛況のうちに閉幕を迎えられたことは、一番の成果と感じております。

そして何より、このトイレナーレを支えていただいたボランティアの「ポールさん」。皆様のお力なしでは、この企画は実現しませんでした。68日間、本当にありがとうございました。

トイレナーレはトイレの美化運動ではありません。いろいろな可能性がひらかれていくための活動の総称であると言ってもいいでしょう。その象徴としてトイレを位置づけ、テーマを「ひらく」に設定しました。

トイレの扉を開かれては困りますが、トイレをアート化することによって、想像力の扉を開こうとしました。自由な視点で街や日常を面白がる人が増えれば、街の可能性が開かれていくのではないかと。つまり、街を変えるのではなく、この場の見方や楽しみ方、関わり方が変わり、自由に行動を起こすための誘発剤としてトイレナーレの開催を位置づけました。そのため、トイレの中だけではなく、そこから溢れ出していくように、毎週末アーティストや地域の方々によるパフォーマンスやイベントを開催してきました。

最終週に行われた、Nadegata Instant Party による「ルーフトップ・メリーゴーランド」。屋上のみを巡回する人力のメリーゴーランドが大分にもやってきた、という物語を口実に、それが直接的に何かの役に立つことでは必ずしもないけれど、ここから何かが生まれてくることを期待し、多くの方々を巻き込んで実現した5日間でした。

トイレの水が渦を巻いて流れるように、そこに偶然居合わせた方々の協働によってメリーゴーランドが回り続ける姿を見ながら、この渦がもっと広がっていくと良いなと思いました。

「おおいたトイレナーレ 2015」を通じ、街に新たな可能性が確かに芽生えたと実感しています。今後、この成果がどのように活かされていくのかはわかりません。しかし、ここからがスタートです。これから大分市をもっと面白く変えていって欲しいと願っています。

おおいたトイレナーレ 2015 総合ディレクター
山出淳也

4. 事業概要

経緯：

「おおいたトイレナーレ」の取組は、平成 24(2012) 年度に大分市の職員が「アントレプレナーシップ事業」(現「職員ベンチャー事業」)に提案した「大分市アートを活かしたまちづくり事業」をきっかけに平成 25(2013) 年度から始まった。

この事業は、大分駅の高架化や、大分市の複合文化施設「ホルトホール大分」が開館し、2015 年春には大分駅ビル「JR おおいたシティ」の開業や、大分県立美術館「OPAM」の開館を迎える中で、アートをまちづくりに活かすことで、大分市の中心市街地の活性化と、大分市の魅力の発信を目指す活動である。

「大分市アートを活かしたまちづくり検討会」からの提言(2013 年 9 月)を受けて、大分市が「おおいたトイレナーレ」に関する基本構想と基本計画を策定した後、おおいたトイレナーレの実施による、「交流人口の増加」、「地域を誇る気持ちの醸成」「賑わいの創出」を達成するために、2013 年 10 月、大分市とともに文化・芸術や経済のほか、まちづくりに関わる団体や企業、市民により「おおいたトイレナーレ実行委員会」を組織した。

2015 年夏に大規模な観光キャンペーン(おんせん県おおいたデスティネーションキャンペーン)が開催され、多くの誘客イベントが行われることが予想されたことから、実行委員会では、これらにあわせて、大分市の中心市街地のトイレを舞台にしたアートフェスティバル「おおいたトイレナーレ 2015」を開催することを決めた。また、これに向けて、平成 25(2013) 年度から作品の制作と、機運の醸成を目指したプレ事業等を行ってきた。

なお、この度のフェスティバルの名称である「トイレナーレ」とは、トイレと 3 年に一度のアートフェスティバルを意味する「トリエンナーレ」を組み合わせた造語であり、大分市で商標登録を行っている(商標登録第 5622407 号)。

5. 企画概要

コンセプト：ひらく

1917年、フランス人のアーティスト、マルセル・デュシャンは既製の男性用便器を横倒しにした『泉』という作品を発表した。

後日、デュシャンは『泉』について以下の様に言及している。

「自分の手で『泉』を制作したかどうかは重要ではない。それを選んだのだ。日用品を選び、それを新しい主題と観点のもと、その有用性が消失するようにした。そのオブジェについての新しい思考を創造したのだ」

ありふれた既製品に、新しい見方を与え、それによって、そのもの自体ではなく、それ以外の周りの環境について言及が始まっていくこの作品は、今もなお、芸術家たちに「デュシャン以降、何が制作できるのか」という命題に直面させ、それに答えるべく多くの作品が生まれ続けている。

本事業はトイレ空間のみを会場とするアートプロジェクトである。都市空間の中、それぞれの窓の内側には別の時間が流れているように、街の奥深く、様々な場所で、その空間ごとにバラバラな箱庭的な世界が広がっている状態。それは、全世界どこでも決まった振り付けがなされたトイレに、ほんの少し別の要素を持ち込み、想像力という泉が湧き出てくる舞台へと昇華させること。同時にそれらのトイレを道標として位置付け、新たなナビゲートの仕組みを造成し、街のもう一つの歩き方＝読み解き方を提唱したい。

公共空間の中ほとんど唯一プライベートな密室であり続けるトイレが、アートによってひらかれる。それは街の可能性がひらかれる第一歩となるだろう。

名称：おおいたトイレナーレ 2015

会期：2015年7月18日(土)～9月23日(水・祝)

会場：大分市中心市街地各所

主催：おおいたトイレナーレ実行委員会(委員長 八坂千景)

協力：別府現代芸術フェスティバル「混浴温泉世界」実行委員会

助成：文化庁 平成27年度 文化庁 文化芸術による地域活性化・国際発信推進事業

協賛：TOTO株式会社 大分営業所

後援：大分県、大分県教育委員会、大分合同新聞社、朝日新聞大分総局、読売新聞西部本社、毎日新聞社、日本経済新聞社大分支局、西日本新聞社、共同通信社、時事通信社、日刊工業新聞社、NHK大分放送局、OBS大分放送、TOSテレビ大分、OAB大分朝日放送、OCT大分ケーブルテレコム、エフエム大分、月刊・シティ情報おおいた、大分市商店街連合会、日本トイレ協会

概要：

トイレのみを舞台・テーマにしたアートプロジェクトを2015夏、大分市中心市街地で開催。コンセプトは“ひらく”。屋外の公共トイレ、ファッションビルのトイレ、街の奥深くで営業する店舗内・個室トイレなど誰もが使う閉ざされた場所でアートは何をひらくのか。

参加アーティスト：

上田 假奈代、岡田利規、川崎泰史、コンタクト・ゴンゾ、SUIKO、高山 明 (Port B) | 小野正嗣 | 林立騎 (Port 観光リサーチセンター)、トーチカ、Nadegata Instant Party、西山 美なコ | 笠原美希 | 春名 祐麻、藤 浩志、藤本隆行 (Kinsei R&D)、眞島竜男、松蔭浩之、宮崎 勇次郎、目、安野太郎 (50音順)

ディレクター：

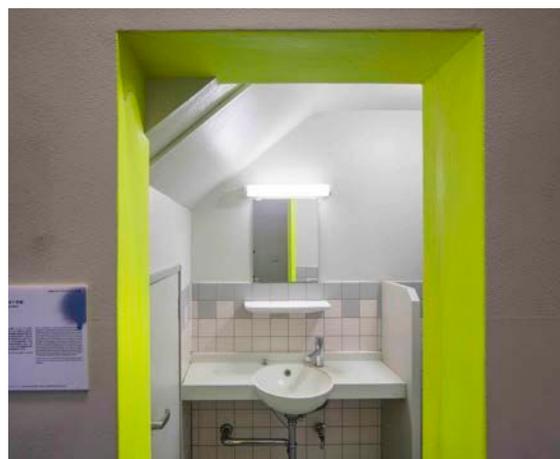
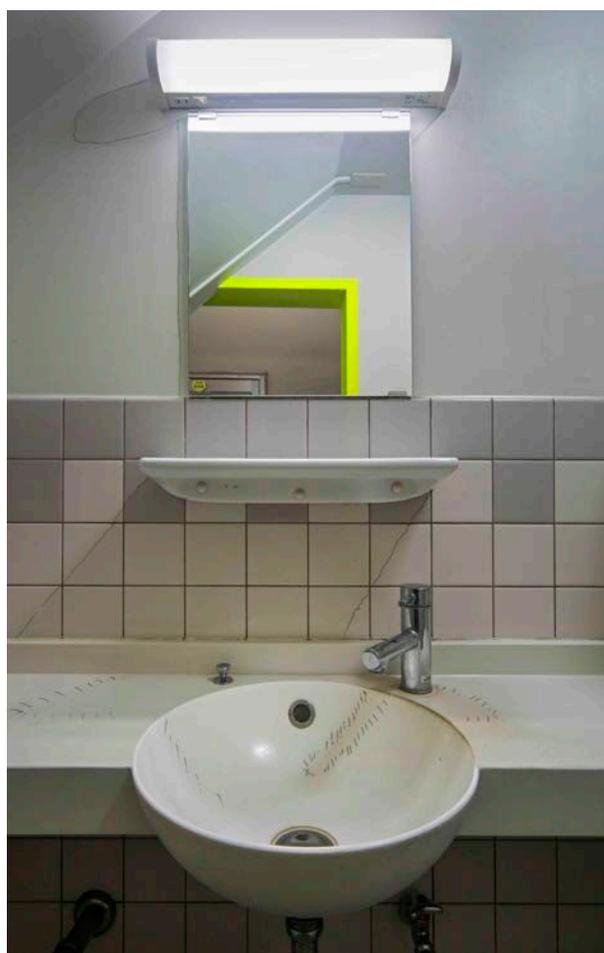
総合ディレクター：山出淳也

広報ディレクター：神鳥兼孝

6. 制作作品

平成 25(2013) 年度より作品の制作を開始し、平成 25(2013) 年度に 4 作品、平成 26(2014) 年度に 2 作品、平成 27(2015) 年度に 8 作品を制作した。制作店舗・施設については公募を行い、その中からアーティストとのマッチングを行った。

作品名	つぎの世界のすぐ手前
作家名	岡田利規
会場	府内中央ビル(大分市府内町1丁目6-27)
概要	演劇作家・小説家の岡田氏によるインスタレーション作品。ドローイングやテキスト、写真などを用い、雑居ビルの共用トイレでなにかが起きた痕跡や気配を感じさせる、演劇的とも言える空間を創出した。
特記事項	



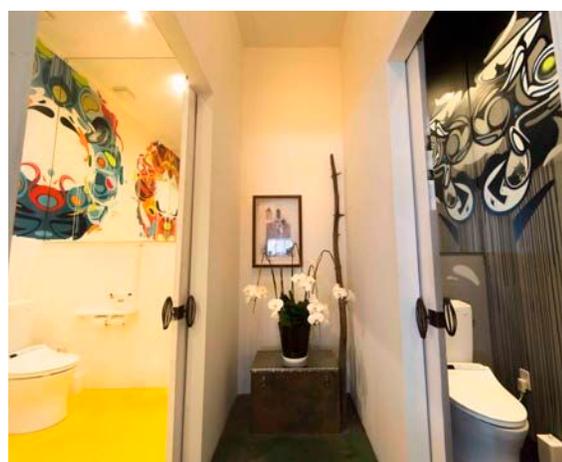
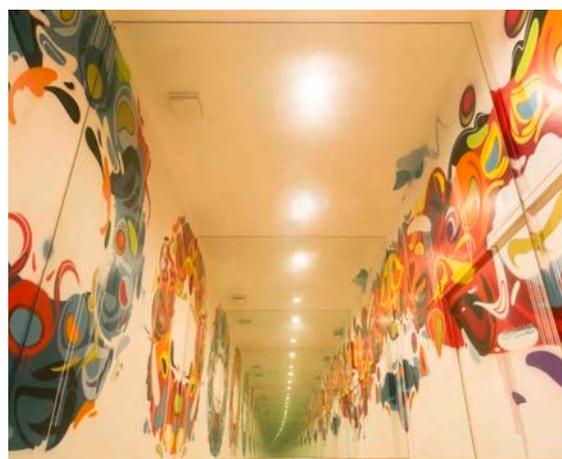
作品名	北風と太陽 ～考えたってしょうがないじゃん～
作家名	川崎泰史
会場	wazawaza ビル 2 階 (大分市中央町 3 丁目 5-16)
概要	<p>若手の造形作家による作品。トイレを悩みの場として捉え、悩みを抱える人々の像と、それを解決しようと試みる北風と太陽の像が表情豊かに表現された。また、2014 年 11 月 3 日に開催したワークショップで参加者と共に制作した成果物も作品の一部として会期終了後まで展示された。</p> <p>ワークショップ開催と同時に、トイレナーレの周知と作品紹介を兼ねて、川崎氏による絵本型冊子を発行した。</p>
特記事項	



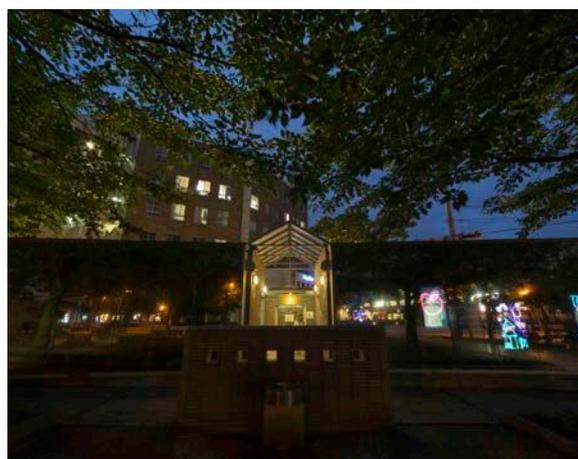
作品名	gonzo here 01 ~ 03
作家名	コンタクト・ゴンゾ
会場	大手公園 (大分市府内町 3 丁目 10) ジャングル公園 (大分市都町 3 丁目 3) 竹町パーキング (大分市中央町 2 丁目 9)
概要	3つの会場をめぐり、それぞれの場所に記されたアドレスにメールを送信すると、映像を見ることができるサイトのリンク先が返信される、オンライン映像作品。映像は同会場で行った即興パフォーマンスの様子を撮影したもの。パフォーマンスが行われたその場所で映像を見るという行為を通じて、二重に身体性を感じられる作品となった。
特記事項	



作品名	色、カタチ、生命 / letter～酔狂～
作家名	SUIKO
会場	the bridge (大分市中央町3丁目3-19)
概要	合わせ鏡の効果で空間に無限の広がりをもたせることによって、狭小空間においてもグラフィティの特性を十分に発揮させた、トイレならではの意欲作。2つのトイレ空間で、それぞれに全く異なる世界観を現出した。
特記事項	2015年7月に、会場の改装工事に伴う作品補修を行った。



作品名	トイレのラクガキ
作家名	トーチカ
会場	若草公園（大分市中央町2丁目4）
概要	ペンライトを用いてラクガキをする人々の姿が鏡の中に浮かび上がる屋外展示作品。暗くなると映像が透けるよう、ハーフミラーにデジタルサイネージを接着させている。アーティスト独自の技法による写真と動画を組み合わせた映像作品は、市民を対象に開催した計3回の撮影会（ワークショップ）で撮影された。撮影会の参加者数はのべ250名。
特記事項	作品完成は平成25(2013)年度だったが、平成27(2015)年度に上映装置を増設。 会期中に実施した撮影会の詳細はP29。



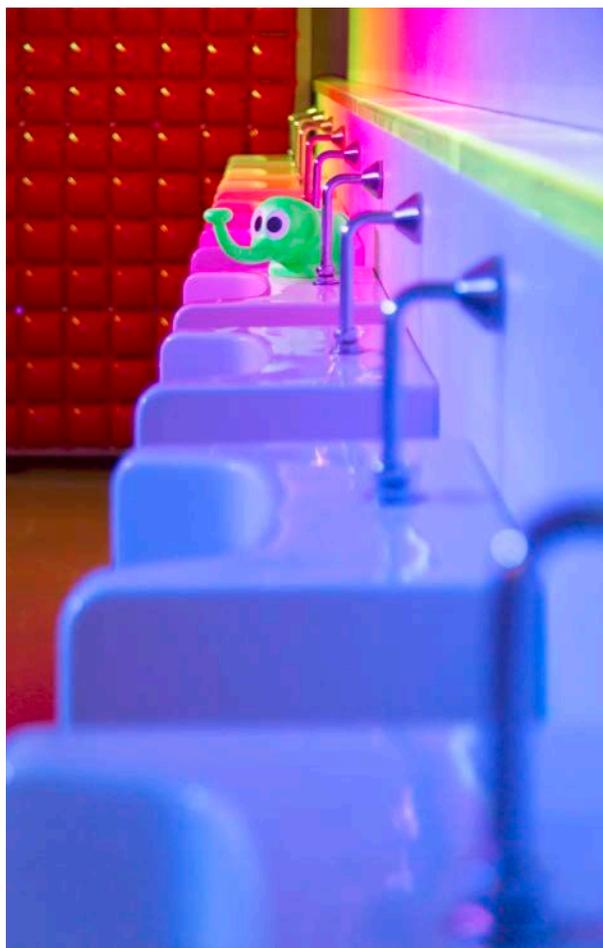
作品名	メルティング・ドリーム
作家名	西山 美なコ・笠原美希・春名祐麻
会場	ふないアクアパーク（大分市府内町2丁目3）
概要	<p>円形の建屋を活かし、デコレーションケーキに見立てた作品。内装は赤を基調に、とろけかけているスイーツの写真があしらわれている。電気工事、テント制作、FRP造形など、制作には多くの業者が関わった。また、女性アーティストならではの気配りから、トイレの設備の老朽化や悪臭などさまざまな問題の解決にもつながった。</p> <p>奇抜な彩色やデザインにさまざまな意見が交わされたが、作品を通じて街を見つめ直し対話する機会が生まれたようでもあった。</p>
特記事項	<p>特別協賛：TOTO 株式会社 大分営業所</p> <p>作品コンセプトや制作のプロセスを伝える特設サイトがアーティストによって制作された。</p>



作品名	UTTM ～ Used Toys Toilet Museum ～
作家名	藤 浩志
会場	iichiko 総合文化センター（大分市高砂町 2-33）
概要	「いらなくなったおもちゃで作られた作品を展示するトイレミュージアム」という設定で、市民による活動を促す作品。平成 25(2013) 年度にアーティストによるデモンストレーションとして制作・公開された。以降、不定期開催のワークショップや大分県立芸術文化短期大学の講義を通じ、複数回アートピースの制作や展示替えの機会を設けた。フェスティバル会期直前に「企画展」と称し、「おもちゃを用いた作品のみを作り続けたある作家の回顧展」として、アートピースの追加制作及び展示作業を行った。
特記事項	会期中のワークショップの詳細は P25。 ワークショップ協力：大分エコセンター株式会社 (Team)、大分県立芸術文化短期大学



作品名	Boundary line you've made (できちゃった境界線)
作家名	藤本隆行 (Kinsei R&D)
会場	コンパルホール (大分市府内町1丁目5-38)
概要	音と光によるインスタレーション作品。LEDの光が音と連動して変化していくことによって、一つの空間にさまざまな表情を与えた。会場は男性用トイレであるが、男女ともに鑑賞可能としたため、会場に「ポールさん」が常駐し、来場者への案内を行った。
特記事項	<p>【制作クレジット】</p> <p>ディレクション：藤本隆行 (Kinsei R&D)</p> <p>サウンドデザイン：今井 健太郎</p> <p>協力：STAGE CREW NETWORK</p> <p>機材協賛：カラーキネティクス・ジャパン株式会社</p> <p>技術協力：有限会社 タマ・テック・ラボ</p>



作品名	現代美術史講座「現代アートはどこから来たのか」
作家名	眞島竜男
会場	大分フォーラス（大分市中央町1丁目2-7）
概要	<p>トイレに座ると現代美術史講座が始まる、映像を用いたインスタレーション作品。講座の撮影は公募によって集まった市民を対象に90分間に渡り、マンツーマンで計5回行った。</p> <p>男女ともに鑑賞できるように、同じ装置を男子トイレと女子トイレに各1セットずつ設置した。また、講座の内容を補足する資料として、アーティストが作成したダイアグラムをトイレ前の休憩スペースに設置した。</p>
特記事項	



作品名	STEREO PORNO
作家名	松蔭浩之
会場	Bar 坐(あぐら)(大分市府内町3丁目7-33 B アパートメント 3F)
概要	<p>「エロティシズムのパブリック化」に挑んだインスタレーション作品。トイレ内に鏡を用いて万華鏡のように加工した映像を投射し、たくさんのシンメトリックなモチーフを展示した。</p> <p>会場下見の際に、松蔭氏が興味を示した「Bar 坐」と「&NEWS」が系列店であることを伝えると、2店舗で2つの異なる作品を作りたいと提案があった。「Bar 坐」はトイレナーレの会場で唯一、夜間のみ営業店舗であったため、未成年は鑑賞できなかった。</p>
特記事項	



作品名	水に流して
作家名	松蔭浩之
会場	& NEWS (大分市府内町1丁目6-43 Bスクウェアビル2F)
概要	<p>3本の電光看板がそれぞれ異なる文章を発し続ける作品。文章は「草枕の現代語版」「松蔭氏の夢を記録したもの」「どうでもいい事柄」で、それぞれ異なる速度やエフェクト効果を用い発信された。電光看板正面には鏡があり、鏡越しに鑑賞することも意識して設置された。</p> <p>ホワイトキューブ的な構造のトイレを活かし、ギャラリー空間のような展示が実現した。</p>
特記事項	



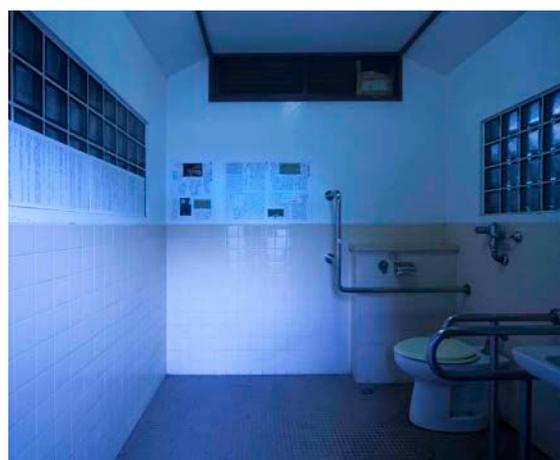
作品名	旅するトイレ
作家名	宮崎 勇次郎
会場	二代目与一（大分市中央町2丁目3-7）
概要	銭湯のペンキ絵のような絵画表現で知られる大分市出身の画家・宮崎氏に制作を依頼。部屋の中に部屋があるというトイレの構造に倣い、風景画の中に風景を描き、入れ子式の構造の空間を創出したいと提案された。下見後にトイレナーレへの参加を希望した店主が逝去されたが、店主の妻がその遺志を引き継ぎ、作品制作が実現した。宮崎氏は作品の構想を練る際にその報せを受け、作品の中に店主の肖像や可愛がっていたという猫を描き込んだ。近所の方々も足を運び「よう似ちゃん」などと親しまれた。
特記事項	会期中は宮崎氏の自主企画として真宗大谷派 四極山 光西寺での個展も開催され、応援プログラムに登録された。プログラム詳細は P42。



作品名	見立線
作家名	目
会場	モリムラ寝装（大分市中央町1丁目1-13）
概要	「壁一枚隔てた向こうにはどんな空間があるのだろう」という素朴な疑問を起点に、鑑賞者に意外な視点と気づきをもたらす作品。毎日利用していてもなかなか知ることのない商店街の構造に触れることができる、特別な鑑賞体験になった。また、メンテナンスに細やかな配慮が必要となる鉄道模型を使用した作品であったため、地域の鉄道模型愛好家より、点検のサポートや手入れの指導などのご厚意を受けた。
特記事項	



作品名	ソニコ姫の秘蹟その痕跡 / ノイズ
作家名	安野太郎
会場	大分城址公園（大分市荷揚町4）
概要	<p>大友宗麟の娘・マセンシアの生涯に着想を得、「姫は禁教の時代にトイレでこっそり西洋音楽を聴いていたのではないか」という想像から生まれた作品。グレゴリオ聖歌のサカラメンタ提要より、葬送の曲を演奏する自動演奏装置を制作。人感センサーを仕込んだ看板とともに女子トイレの個室内に設置した。多目的トイレにはこの作品にまつわる架空の歴史を伝えるパネルを展示した。</p> <p>本作品は音楽家の安野氏にとって、初のサウンドインスタレーション作品である。</p>
特記事項	府内城は大友宗麟が普請した城ではない。



7. 会期中の取組

2015年7月18日(土)のオープングレセプションに始まり、9月23日(水)のクロージングセレモニーまでの68日間、作品を見ながらまちを巡ってもらうため様々な取組を行った。

[1] オープニング・クロージング

① オープニング

イベント名	「おおいたトイレンナーレ 2015」オープングレセプション
日時	2015年7月18日(土) 午後6時～9時30分
場所	ふないアクアパーク(大分市府内町2丁目3)
参加人数	300名
概要	<p>県内外からのプレス・アート関係者を迎え、「おおいたトイレンナーレ 2015」の作品やまちなかの面白さを実行委員自ら案内するガイドツアーに引き続き、開幕レセプションを実施した。</p> <p>おおいたトイレンナーレらしいおもてなしの方法として、会場をまちなかのオープンな場所(ふないアクアパーク)とし、地元商店街の協力による屋台出店やステージでの演奏など、地元関係者と一緒になってオープングレセプションを開催した。</p> <p>当日は、トイレンナーレ参加アーティストも来場し、プレス・アート関係者、アーティスト、中心市街地関係者、ボランティアスタッフ、一般市民などが互いに交流する場となった。</p> <p>オープングレセプションに参加したプレス・アート関係者それぞれの媒体にて、「おおいたトイレンナーレ 2015」の開幕や、フェスティバル趣旨、作品の概要などが紹介された。</p>
特記事項	<p>実施概要：①委員長あいさつ</p> <p>②市長あいさつ</p> <p>③来賓紹介、あいさつ</p> <p>④ディレクター解説及び、アーティスト紹介</p> <p>⑤乾杯～歓談・BGM生演奏①～</p> <p>⑥パフォーマンスイベント(別会場)～歓談・BGM生演奏②～</p> <p>協力：大分市府内五番街商店街振興組合、サンサン通り商店街振興組合 学校法人田北学院田北調理師専門学校、鬼塚電気工事株式会社</p>



②クロージング

イベント名	「おおいたトイレンナーレ 2015」クロージングセレモニー
日 時	2015年9月23日（水）午後6時～6時30分
場 所	ウイング大分駅前店 屋上駐輪場（大分市中央町2丁目1-1）
参加人数	120名
概 要	68日間の会期の最終日に、クロージングイベント「ルーフトップ・メリーゴーランド」の終了に併せ、クロージングセレモニーを実施した。 関係者をはじめ、一般の市民、観客を併せ100名を超える方々が集まり、「おおいたトイレンナーレ 2015」の閉幕を祝った。
特記事項	実施概要：①実行委員長あいさつ ②市長あいさつ ③総合ディレクターあいさつ ④記念撮影 協力：大分市中央町商店街振興組合、ウイング大分駅前店



[2] まちなかアートイベント

作品名	トイレ連れ込み朗読 + ミニ朗読会
作家名	上田 假奈代
会場	カモシカ書店 (大分市中央町2丁目 8-12)
概要	トイレの個室に鑑賞者を連れ込み、1対1で詩の朗読を行うパフォーマンスを実施。待機している間、参加者全員で連詩を作成するワークショップも開催した。完成した連詩は後日データ化され、参加者にメールで送付した。また、作家が大分市の印象や情景を読んだ新作の詩も発表された。
特記事項	イベント実施日時・参加者数 8月28日(金)午後8時～9時30分：11名 8月29日(土)午前11時～午後0時30分：11名



作品名	わたしは彼女に何もしてあげられない
作家名	チェルフィッチュ
会場	府内珈琲（大分市府内町2丁目2-18）
概要	女優の独白と、その手元を映し出したモニターの映像を中心に展開する一人劇。カフェの店内を舞台に見立て、演技を窓際の一席で行い、観客はカフェの外から窓越しに鑑賞した。カフェは公演中も通常営業しており、一般客や店員の振る舞いも背景のように取り込まれ、作品の重要な要素の一つとなった。
特記事項	イベント実施日時・参加者数 8月23日（日） 午後3時～：41名、午後5時～：50名、午後7時～：52名 【制作クレジット】 作・演出：岡田利規 出演：稲継美保 映像：須藤崇規 制作：ケティン グ菜々（プリコグ） 協力：カサコ、急な坂スタジオ



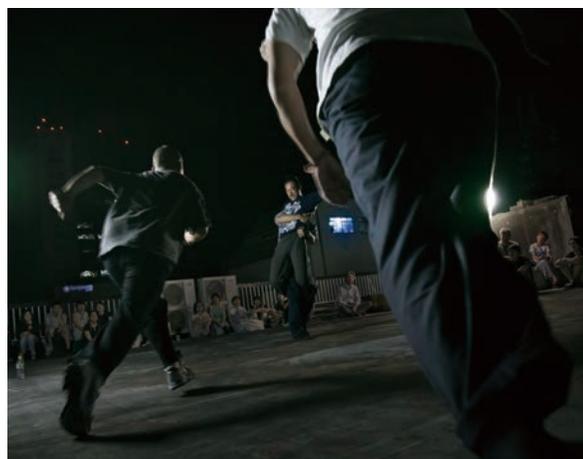
作品名	いらなくなったおもちゃで作品をつくろう
作家名	藤 浩志
会場	大分エコセンター株式会社（大分市大字三佐字大新田 1354-8）
概要	<p>おおいたトイレナーレ実行委員会と、大分市でエコや不用品に新たな価値をつける活動「アップサイクル」に取り組む Team によるコラボレーション企画として実施。1 日目は藤氏と Team に自己紹介を兼ね、これまでの活動をプレゼンテーションしていただき、今後いらなくなったおもちゃと廃材でどんな事ができるのかトークセッションを行った。2 日目は、前日の内容をもとに、参加者が廃材とおもちゃを使って作品を制作した。完成した作品は 8/20-8/25 に宗麟館で開催された Team 主催のイベント会場に展示されるなど、新たな展開を見せた。</p>
特記事項	<p>イベント実施日時・参加者数</p> <p>7 月 25 日（土）午後 2 時～ 5 時：10 名</p> <p>7 月 26 日（日）午前 9 時 30 分～午後 0 時 30 分：10 名</p>



作品名	ゾンビ音楽コンサート
作家名	安野太郎
会場	大分銀行赤レンガ館1階（大分市府内町2丁目2-1）
概要	コンプレッサーとリコーダーからなる自動演奏装置「ケルベロス」が人間味のない不思議な音階を奏でる、「ゾンビ音楽」のコンサートを実施。来場客はゾンビ音楽というはじめてのジャンルに戸惑いながらも、その不思議な音色に聴き入っていた。また、はじめて見る機材に関心を示したり、歴史ある建物に改めて見入るなどの反応も見られた。
特記事項	イベント実施日時・参加者数 8月21日（土）午後6時30分～：55名



作品名	コンタクト・ゴンゾ × 植野隆司 (from テニスコート) ライブパフォーマンス
作家名	コンタクト・ゴンゾ、植野隆司
会場	若竹ビル (大分市府内町 2 丁目 4-5)
概要	商店街をいつもとは異なる角度から眺められるビルの屋上を会場に、まるで喧嘩のように身体を衝突させ合うパフォーマンス公演を実施。テニスコートなどの活動で知られる植野隆司との共演。
特記事項	イベント実施日時・参加者数 7月18日(土)午後8時～: 80名 7月19日(日)午後5時～: 50名



作品名	大分メディアコレジオ
作家名	高山 明 (Port B)・小野正嗣・林 立騎 (Port 観光リサーチセンター)
会場	大分銀行赤レンガ館 2階 大ホール (大分市府内町 2丁目 2-1)
概要	小野正嗣の書き下ろし小説を大分合同新聞に掲載。それを起点に、さまざまなメディアがそれぞれの手法でこの小説から派生する番組制作や発信をおこない、そのクライマックスとして集中講座を開催し、この一連の出来事を「演劇」と称した。中世の教育が印刷機の導入によって大きく変革したのになぞらえ、作品の全貌をマニュアル化した冊子「大分メディアコレジオマニュアル」も発行された。また、集中講座とマニュアルでは、なぜこの作品が演劇なのかも語られた。
特記事項	<p>イベント実施日時・参加者数</p> <p>8月30日(日)午後3時～6時：130名</p> <p>【制作クレジット】</p> <p>新聞小説：文／小野正嗣、デザイン／大岡寛典、イラスト／蓮沼昌宏</p> <p>冊子制作：デザイン／大岡寛典・内田 圭、イラスト／蓮沼昌宏・平松 るい、編集／柴原聡子</p> <p>集中講座講師：高山 明、林 立騎、小野正嗣、竹井成美</p> <p>報道協力：大分合同新聞社、NHK 大分放送局、OBS 大分放送、TOS テレビ大分、OAB 大分朝日放送、OCT 大分ケーブルテレコム、エフエム大分、月刊・シティ情報おおいた、ヤドリギ</p>



作品名	「トイレのラクガキ」ワークショップ
作家名	トーチカ
会場	ライフパル市民活動・消費生活センター（大分市府内町3丁目7-39）
概要	平成25(2013)年度より公開されてきたトーチカの作品「トイレのラクガキ」の映像コンテンツを追加撮影するワークショップ。3度目の撮影会ということもあり、ラクガキの案を事前に準備して持ち込む参加者もいた。トイレナーレの開幕初日であり、また初の府内町での開催であったため、興味を持ち近づいてくる観客や、参加を飛び入りで希望する方々も多く見られた。
特記事項	イベント実施日時・参加者数 7月18日(土)午前11時～午後4時30分：30名



作品名	ルーフトップ・メリーゴーランド
作家名	Nadegata Instant Party(中崎 透+山城大督+野田智子)
会場	ウイング大分駅前店 屋上駐輪場(大分市中央町2丁目1-1)
概要	「屋上を巡回している人力メリーゴーラウンドが大分市に登場する」という架空の物語を口実に、多くの市民を巻き込んで作り上げたイベント。地元の高中生らを中心に、2回の説明会を通じて集まった市民とともに準備・運営を行った。人力で動くメリーゴーラウンドをはじめ、ステージイベント、屋台、飲食ブースなど、多彩なアトラクションを設け、5日間でのべ1500名以上もの来場客を迎えた。
特記事項	イベント実施日時・参加者数 9月19日(土)~23(水・祝)午後4時~8時(最終日のみ午後4時~6時) : 1555名 【制作クレジット】 設計:岩田拓郎(YCAM) 施工:青木一将(ミラクル・ファクトリー) 音響:田原保志



[3] まちなか体験イベント

普段見ることのできない街の内側や、新しい楽しみ方をまち歩きの達人（案内人）が案内する「まちなか体験イベント」を5つ会期中に行った。

イベント名	街を歩け！街で飲め！街を呑み干せ！～浴衣でポン 日常の非日常～
案内人	児玉憲明
実施日時	7月24日（金） 午後4時～9時
実施会場	ふないアクアパーク（大分市府内町2丁目3） ギャラリー竹町ドーム広場等
参加人数	15名（ビアホールは一般参加含め100名以上）
実施内容	浴衣姿でまち歩きを行い、トイレナーレ作品を鑑賞。その足でギャラリー竹町ドーム広場での特設ビアホールでまちなかの非日常を体験した。 集合場所となったふないアクアパークでは、八坂委員長よりトイレナーレ作品の解説があった。 まち歩きでは、大分合同新聞社のバックヤードツアーもあり、印刷所やミツバチの巣箱等、普段見ることができない場所を見学した。
参加料金	500円（飲食代が別途必要）



イベント名	まちなか同時多発 BunDoku 読書会
案内人	堀米顕久
実施日時	7月31日(金) 午後7時30分～10時
実施会場	FIKA+(大分市中央町3丁目6-9 ヨシムラビル2F)【住所については当時の住所を記載しています】 二八堂ギャラリー(大分市中央町2丁目3-10 二八堂ビル2F) ピアッツァ アミーコ(大分市中央町3丁目5-16 wazawaza ビル2F) BAR 坐(大分市府内町3丁目7-33 B アパートメント3F)
参加人数	22名
実施内容	「ホラー・怪談」もしくは「怖い絵本」、「ミステリー」、「トイレにまつわる1冊」、「官能系」の各テーマごとに4会場に分かれてお互いのおススメの本の紹介を行った後、二八堂ギャラリーに集合して参加者全員で紹介した本の共有を行った。
参加料金	1,000円(カフェ代ほか実費として)



イベント名	まちなかの公園でアウトドア体験！
案内人	二宮哲郎・川並 順
実施日時	8月1日(土) 午後6時～9時
実施会場	大分城址公園(大分市荷揚町4)
参加人数	50名
実施内容	<p>城址公園のトイレナーレ作品を鑑賞しながら公園でアウトドア体験を行った。</p> <p>テントの設営とバーベキューの準備や火起こしの体験等を行った。</p> <p>何気なく通り過ぎる公園内でできるようできない体験だったと非常に好評だった。</p>
参加料金	2,000円(バーベキュー・ソフトドリンク1杯付き 3歳未満無料)



イベント名	JR 九州大分駅 & 大分車両基地バックヤードツアー
案内人	甲斐裕明
実施日時	8月28日(金) 午後0時～2時30分
実施会場	大分駅(大分市要町1-1) 大分車両センター(大分市牧上町1-22)
参加人数	15名
実施内容	<p>大分駅と大分車両センターの日ごろ見ることができないバックヤードの見学ツアーを行った。</p> <p>大分駅では駅長室を見学。参加した子どもたちは駅長の椅子に座って、記念撮影を行った。</p> <p>車両基地では、電車の洗浄機やにちりんの運転室など、普段見ることができない貴重な体験をすることができた。</p>
参加料金	大人500円・小学生300円



イベント名	snack darenchi (スナック ダレンチ)
案内人	高橋 明日香
実施日時	9月4日(金) 午後5時～9時30分
実施会場	FL▲T(大分市中央町1丁目5-25 新大分ビル1F)【住所については当時の住所を記載しています】
参加人数	70名
実施内容	<p>一日限定の昭和歌謡を楽しむバーを開店し、昭和時代の懐かしさあふれるママ達を再現した。</p> <p>空き店舗を利用して1日限りのバーを開店したが予想をはるかに超える集客だった。</p>
参加料金	2,000円(飲み放題。食べ物は別途)



[4] ボランティアスタッフの活動

「おおいたトイレンナーレ 2015」では、観客が街の奥深く、様々な場所を巡ることで、街のもう1つの歩き方や、新たな面白さを発見するための仕組みとして、案内所を設置せず、まちなかを回遊しながら情報を提供する「移動式インフォメーション」として活動するボランティアスタッフを配置することとした。

ボランティアスタッフは、独自の視点で発見した街の面白い情報や、「まちなか発見マンガプロジェクト」で学生が発見した情報をメンバー間で共有し、それらを観客との交流を通して提供することで、通常のアートフェスティバルにはない「おおいたトイレンナーレ」ならではの特別な体験の場を創出するという役割を担った。

この実践を通して、フェスティバル終了後も「まちのコンシェルジュ」となって活躍する人材を育成することを狙いの1つとした。

2015年5月から募集を開始し52名の登録があり、事前の研修会を経て会期中は延べ443人が活動に参加した。

愛称「ポールさん」は、スタッフ自ら考案し、観客が発見し、声をかけやすいよう、ユニフォームとしてスタッフTシャツと白衣を着用して活動した。

ギャラリー竹町商店街の一角にボランティアセンターを設置し、ミーティングや休憩、配布物管理や各種事務作業を行うための活動拠点とした。

ボランティアスタッフ「ポールさん」の主な業務内容

- ①観客への作品情報や、まちなかの面白い情報の提供
- ②作品の巡回メンテナンス
(各作品設置会場のトイレトペーパーの補充や清掃、作品の電源のON-OFFなど)
- ③観客アンケート調査の実施、景品交換所の案内
- ④リーフレットやチラシの配布、補充

性別	人数
男性	15
女性	37
合計	52

年代	人数
～10代	8
20代	16
30代	10
40代	7
50代	2
60代～	9

平均年齢：32.8歳

[5] まちなか発見マンガプロジェクト

企画概要：

おおいトイレンナーレ 2015 の会期中に活動する移動型インフォメーションスタッフが提供するまちなかの情報を掘り起こすため、「まちなか発見マンガプロジェクト」を実施した。

これは、地元短期大学の学生が、大分中心市街地の普段気にしないようなマニアックな場所や情報を発見・収集し、調査報告書を作成するもの。報告書の内容を移動型インフォメーションへの提供に加えて、マンガ冊子として制作し、会期中に大分市中心市街地の各所に「立読み専用マンガ」として設置した。

マンガ冊子としてアウトプットすることで、芸術系短期大学の学生が独自の視点で素材を発見・収集し、現地調査、報告書作成、マンガ制作という一連の流れのなかで、自らの表現として街の魅力を紹介することとなった。

また、マンガ化されることで街の魅力を紹介し、広く市民の「今、大分で起きていること」への興味関心を高め、街の魅力をサブカルチャー媒体を用いて情報化することで、若年層ファンの創出にもつながった。



取組概要：

①学生によるまちなか調査

大分県立芸術文化短期大学（以下「芸短大」）の学生を中心に募集し、企画説明会や山出ディレクターによるレクチャーを実施した上で、参加を希望した学生 15 名が、中心市街地エリアでフィールドワークを行い、74 件の報告がなされた。



②報告書作成からマンガ制作

参加者は、芸短大の教授やマンガ原作者によるストーリー構成やコマ割り等マンガ制作の指導を受け、15編のマンガを制作した。制作されたマンガは、マンガ冊子としてまとめられた。表紙のデザインや題字等も芸短大の学生により制作された。



マンガ冊子概要：

タイトル：まちなか発見マンガプロジェクト「ポール」

規格：B5版、310ページ、500部

③マンガ冊子の設置：

制作されたマンガ冊子「ポール」は、おおいたトイレナーレ2015の会期中、作品設置会場や協力店舗を含む大分市中心市街地の10数箇所に設置された。なお、大分市民図書館には郷土資料として収蔵された。

さらに、電子ブックとしてもネット配布したところ、ダウンロード数は1000件を超えた（2015年8月28日から2016年1月7日までの累計）。



[6] ガイドツアーの実施

会期終盤の集客と、Nadegata Instant Party の「ルーフトップ・メリーゴーランド」への誘導を目的に、総合ディレクターによるガイドツアーと実行委員会事務局スタッフによるガイドツアーを会期最終の5連休に実施した。

作品の案内とともに、会場となる大分市中心市街地エリアの歴史や文化に関するエピソード、作品や「おおいたトイレナーレ」に関するエピソード、会場となった店舗等、及び学生やボランティアが発見したスポットを紹介した。

直前の募集にも関わらず、参加率は高く、参加者からは「作品やイベントについての理解が高まった」「大分市中心部について新たな発見があった」「会期を通して行って欲しかった」などの感想が寄せられた。

①総合ディレクターによるガイドツアー

実施日時：9月21日(月)～23日(水)各日午後2時～4時

募集人数：各15名(3回を合せた募集人数45名に対して52名)

②実行委員会事務局スタッフによるガイドツアー

実施日時：9月19日(土)～20日(日)各日午後2時～4時

募集人数：各15名(2回を合せた募集人数30名に対して28名)



8. その他の取組

「おおいたトイレナーレ 2015」を開催するにあたり、応援プログラムやイベント開催、広報協力等で多方面と連携した。

[1] 応援プログラム

「おおいたトイレナーレ 2015」を盛り上げるイベントや企画を「応援プログラム」として募集したところ 11 件の応募があった。

応援プログラム一覧

プログラム名	エアポ	
実施者	イジゲン株式会社	
実施期間	7月18日(土)～9月23日(水・祝)	
実施内容	作品会場を巡るとポイントがたまるスマホ用アプリ。たまったポイントはエアポの加盟店で利用することができる。	
プログラム名	大分駅改札内トイレの装飾	
実施者	JR九州大分支社	
実施期間	9月19日(土)～	
実施場所	大分駅(大分市要町1丁目1)	
実施内容	大分駅改札内トイレを水戸岡鋭治氏のデザインで装飾を行った。「くろちゃん」の装飾で使って楽しいトイレにした。	
プログラム名	おおいたトイレナーレオリジナルトイレットペーパー	
実施者	大分製紙株式会社	
実施内容	おおいたトイレナーレオリジナルのトイレットペーパーを作成。作品設置店舗や大分市関連施設、また JR九州の協力で「或る列車」のトイレに設置するなど、多様な展開を行った。	
プログラム名	おおいたトイレナーレ 2015 「メルティング・ドリーム」ケーキ販売	
実施者	学校法人田北学院	
実施期間	7月18日(土)～9月23日(水・祝)(日・月を除く)	
実施会場	学校法人田北学院 タキタ食堂 (大分市府内町2丁目3-20)	
実施内容	作品の一つである「メルティング・ドリーム」のケーキのコンクールを校内で開催し、優秀作品を会期中販売した。	

プログラム名	音入れジョークボックス	
実施者	音入れお便器よう会	
実施期間	7月18日(土)～9月23日(水・祝)	
実施会場	ジャズカフェ酒場アルファ (大分市府内町2丁目15 なぎさやビル)	
実施内容	音楽の店とトイレにある「音姫」から着想したタブレット型ジュークボックスを設置。ダジャレや格言、ローカルCMソング等がタブレットから流れた。	

プログラム名	親子ふれあい環境節水セミナー	
実施者	TOTO株式会社 大分営業所	
実施期間	7月31日(金) 午前11時～、午後2時～	
実施会場	少年少女科学体験スペース o-labo(オーラボ) (大分市中央町2丁目8-2)	
実施内容	水の節約やよごさないためにできる事を学ぶセミナーを開催。トイレナーレの時期に合わせて開催し、チラシでの宣伝を行った。	

プログラム名	竹町商店街サイネージ	
実施者	大分市竹町通商店街振興組合	
実施期間	7月18日(土)～9月23日(水・祝)	
実施会場	ギャラリー竹町商店街	
実施内容	竹町商店街のデジタルサイネージでおおいたトイレナーレのイメージ映像を放映した。	

プログラム名	竹町スマイルトリック × トイレナーレ	
実施者	大分市竹町通商店街振興組合	
実施期間	8月21日(金)～9月23日(水・祝)	
実施会場	ギャラリー竹町商店街	
実施内容	商店街にトイレナーレに関連するだまし絵を設置し写真撮影スポットを演出した。	

プログラム名	First-Vision 告知	
実施者	AIDALINK 株式会社	
実施期間	7月18日(土)～9月23日(水・祝)	
実施会場	au ショップ大分春日店 (大分市西春日町1丁目60)	
実施内容	au ショップ大分春日店屋上のデジタルサイネージでおおいたトイレナーレのイメージ映像を放映した。	

プログラム名	「Light West Temple」宮崎 勇次郎展	
実施者	宮崎 勇次郎・光西寺	
実施期間	7月18日(土)～9月23日(水・祝) (金・土・日のみ)	
実施会場	光西寺(大分市末広町1丁目6-26)	
実施内容	トイレナーレで作品を制作した宮崎 勇次郎氏が光西寺の本堂にて展覧会を開催した。	

プログラム名	LocalSpot デジタルアートイレ	
実施者	株式会社地域科学研究所	
実施期間	7月18日(土)～9月23日(水・祝)	
実施会場	ニューイングリッシュアカデミー (大分市中央町3丁目4-10)	
実施内容	作品会場を巡るとポイントがたまるスマホ用アプリ。たまったポイントでニューイングリッシュアカデミーにてオリジナルゲームの体験が行えた。	

[2] 連携した取組

①地域の店舗との連携

「おおいたトイレンナーレ 2015」の開催に合わせて中心市街地の店舗に協力を依頼し、協力店舗として連携を行った。右記のステッカーを貼るとともに、その店独自の案内（観光情報誌にはでてこないようなその店がおすすめる店舗情報など）を行った。



協力店舗数：95 店舗

②他イベントとの連携

「おおいたトイレンナーレ 2015」の開催時期を「おんせん県おおいたデスティネーションキャンペーン」の開催期間とあわせて行ったため、同時期に開催中のイベントとあわせた集客や連携を行うことができた。

開催期間中の連携を行った主なイベント

イベント名	開催場所	開催時期	連携内容
JR 九州おおいたトイレンナーレ	大分県内各所	7月5日(日) ～11月29日(日)	・まちなか体験イベントでのJRバックヤードツアーの開催。
水戸岡栄治デザインワンダーランド	大分市美術館	7月11日(土) ～9月27日(日)	・リーフレットの設置
別府現代芸術フェスティバル 2015「混浴温泉世界」	別府市内各所	7月18日(土) ～9月27日(日)	・リーフレット、ポスターの協同配布や東京などでの広報協力 ・「混浴温泉世界」×「トイレンナーレ」×「アートプラザ」トークイベント開催。
オオイト・鶏ピアン	大分市内各所	7月18日(土) ～9月27日(日)	・リーフレット、ポスターの協同配布
進撃の巨人展	大分県立美術館	8月1日(土) ～8月30日(日)	・リーフレットの設置
渡辺おさむ展「お菓子の国のアリス～フェイク・クリーム・アートの世界」	アートプラザ	8月7日(金) ～9月12日(土)	・「混浴温泉世界」×「トイレンナーレ」×「アートプラザ」トークイベント開催。
Team サマーフェス	大分銀行宗麟館	8月20日(木) ～8月25日(火)	・「いらなくなったおもちゃで作品をつくろう」で作成した作品の展示
ARTrip 大分	大分県内各所		・「大分県平成27年度創造県情報発信事業」で作られた冊子「ARTrip 大分」で大きく紹介され、大分県と連携を行った。

9. 広報事業について

[1] 広報についてのディレクターの考え

「おおいたトイレンナーレ」の広報については以下の考え方で行った。

①トイレンナーレとは何か。

まだどこもやったことがないアートイベントを思い描き、実行委員の認識を共有するために、言葉のマップを作成。

このシートをもとにVI(ヴィジュアルイメージ)やタグライン(トイレンナーレが持つ優れた点をわかりやすく伝えるキャッチフレーズ。「トイレを舞台に芸術祭!?)」を作成した。

②ターゲットの決定

県外と県内でターゲットを分けそれぞれのアプローチを考えた。

県外のターゲットは情報発信者にとらえ、県内の人々はターゲットではなく参加者という位置づけにした。

③スケジュールの策定

会期の1年前に4作品、4ヶ月前に2作品、会期直前に残りの作品が完成することから、参加者を飽きさせず、興味を持たせ続け、会期にピークを持っていくことを考えた。大分県内での他のイベントとの連携など、波状効果も狙った。

④総合ディレクターの考えを確認し会期に向けて軌道修正

総合ディレクターのビジョンを実現するために様々な角度から話をしてもらい、必要な物・不必要な物を検討。芸術祭自体のあり方を再確認し、統一性を持たせた。

[トイレンナーレロゴ]



[トイレンナーレVI]



[2] 広報制作物

広報のために以下の物を制作した。

制作物名	開催時期	連携内容
トーチカ点灯式+トークセッションチラシ	2014年3月	2,000部
ホームページ開設	2014年4月	——
リーフレット01	2014年4月	3,000部
2014春プレオープンチラシ	2014年6月	500部
缶バッジ	2014年7月	500個
リーフレット02	2014年8月	5,000部
ピンバッジ	2014年9月	3,000個
トイレンナーレシール	2014年10月	5,000枚
トイレンナーレ体操	2014年12月	——
ノベルティ(中野マーク周作氏作「トイレの怪獣」)	2015年3月	258体
おおいたトイレンナーレシンポジウムポスター	2015年3月	200部

おおいたトイレナーレシンポジウムチラシ	2015年3月	1,000部
ショップカード	2015年4月	500枚
リーフレット	2015年7月	70,000部
リーフレット英語版	2015年7月	1,000部
案内用ステッカー	2015年7月	4,650部
トイレナーレオリジナルトイレットペーパー	2015年7月	20,000個
トイレナーレTシャツ	2015年7月	200枚
名刺サイズステッカー	2015年7月	150,000部
ホームページリニューアル	2015年7月	—————
プロモーション映像	2015年7月	6本

[3] 記者発表

大分、東京にてメディアを対象に記者発表を行った。

【県内向け記者発表】

日時：2015年5月19日（火）午後1時30分～

場所：大分市役所9F第1入札室（大分市荷揚町2-31）

【県外向け記者発表】

日時：2015年6月11日（木）午前11時～

場所：大分県東京事務所（東京都中央区銀座2丁目2-2 ヒューリック西銀座ビル6F）

[4] ホームページ

公式ホームページを2014年4月から公開した。また、ホームページのリニューアルを2015年7月に行い情報発信を行った。アーティストやイベント情報など、全般的な情報を掲載したほか、リーフレット（日本語・英語）のダウンロードやイベントの申込みも行えるようにした。

累積アクセス数：19,318

累積ページビュー数：48,337

一日あたりの最高アクセス数：517(8月17日(月))

※いずれも7月10日のリニューアル後の数字

[5] Facebook

2014年2月より公開した。写真や画像を用い、会期前はメディアでの掲載情報やイベントの様子を、会期中は「ポールさん」の様子を情報発信した。

「いいね！」数：1,055

10. 開催までの取組

平成 25(2013) 年度より「おおいたトイレナーレ 2015」開催に向けて、「大分圏清掃整理促進運動」やワークショップ、シンポジウムなどの取組を行ってきた。

[1] 大分圏清掃整理促進運動

名 称	大分圏清掃整理促進運動
概 要	大分市にゆかりの深い芸術家、赤瀬川 原平の属する「ハイレッド・センター」という芸術集団が、1964 年の東京オリンピックにあわせて行ったアートパフォーマンス「首都圏清掃整理促進運動」になぞらえ、白衣にマスク姿でトイレを磨き上げる活動。
期 間	毎月 10 日 2014 年 6 月より開始
会 場	第 1 回 若草公園 第 2 回 the bridge、wazawaza ビル、iichiko 総合文化センター 第 3 回 ふないアクアパーク 第 4 回 大手公園 第 5 回 中央通り 第 6 回 若草公園、ふないアクアパーク 第 7 回 城址公園 第 8 回 大分県立芸術文化短期大学 第 9 回 西新町天満社 第 10 回 大分市美術館 第 11 回 大分フォーラス 第 12 回 ジャングル公園 第 13 回 城址公園 第 14 回 コンパルホール 第 15 回 ふないアクアパーク 第 16 回 府内珈琲 第 17 回 トキハ別府店 第 18 回 若草公園 第 19 回 大分銀行赤レンガ館 第 20 回 大分駅府内中央口広場 第 21 回 JR おおいたシティ鉄道神社 第 22 回 大分いこいの道 第 23 回 TOTO ミュージアム
参加者数	延べ 391 名 (2016 年 3 月 10 日時点)



ボランティアカメラマン：
森 晴繁

[2] ワークショップ

名 称	藤 浩志 UTTM ワークショップ いらなくなったおもちゃで美術館をつくらう!
日 時	2014 年 9 月 6 日、7 日
会 場	iichiko 総合文化センター 4 階会議室 (大分市高砂町 2-33)
参加人数	28 名
内 容	2014 年 9 月 6 日、7 日の 2 日間ワークショップを行った。6 日は藤浩志氏の活動や作品の紹介、「UTTM」の今後の取組について考えるディスカッションを行った。 7 日は親子連れを対象に作品を制作し、検品後会場に展示した。



名 称	トーチカ「トイレのラクガキ」ワークショップ
日 時	①2014 年 2 月 22 日～23 日 ②2014 年 11 月 29 日～30 日
会 場	the bridge(大分市中央町 3 丁目 3-19)
参加人数	①140 名 ②110 名
内 容	若草公園に設置している、作品「トイレのラクガキ」内で映す作品を撮影した。 主な参加者は親子連れで、参加者はペンライトを片手に思い思いの絵や文字などを描いていた。



名 称	川崎泰史「北風くんと太陽さんをつくらう!」 ワークショップ
日 時	2014 年 11 月 3 日
会 場	To-tA(大分市中央町 3 丁目 5-16)
参加人数	15 名
内 容	第 1 部は、wazawaza ビル 2 階の作品「北風と太陽～考えたってしょうがないじゃん～」の太陽さんと北風くんに参加者の「すきなもの」、「きれいなもの」を貼ってもらい、作品に追加展示を行った。 第 2 部は、粘土を使用し、北風くんと太陽さんを作成した。参加者は完成した作品を持ち帰った。



[3] シンポジウム・トークセッション

名 称	おおいたトイレナーレトークセッション
日 時	2014年3月29日
会 場	the bridge(大分市中央町3丁目3-19)
参加人数	60名
内 容	<p>「おおいたトイレナーレって？」をテーマに、ディレクターとしての視点や、アーティストとしての視点、また、芸術文化の振興やまちづくりの観点など、さまざまな角度からそれぞれの想いを熱く語った。</p> <p>登壇者 藤 浩志(アーティスト) 山出淳也(総合ディレクター) 八坂千景(実行委員会委員長) 菅 章(実行委員会副委員長)</p>



名 称	おおいたトイレナーレシンポジウム
日 時	2015年3月14日
会 場	コンパルホール(大分市府内町1丁目5-38)
参加人数	約350名
内 容	<p>「おおいたトイレナーレ2015」に向け、市民の気運の醸成と理解を高めることを目的として、基調講演及びシンポジウムを行った。第1部はエッセイストの妹尾河童氏による基調講演、第2部に「まちの面白さを発見する」シンポジウムを開催した。</p> <p>第1部基調講演 講演者 妹尾河童(舞台美術家・エッセイスト)</p> <p>第2部シンポジウム パネリスト 安部 里津佳(サンサン通り商店街振興組合副理事長) 山谷幹夫(元TOTO歴史資料館館長) 菅 章(大分市美術館館長、おおいたトイレナーレ実行委員会副委員長)</p> <p>ファシリテーター 神足博美 (大分合同新聞社常務取締役)</p>



[4] ようを+アートプロジェクト

協力：TOTO 株式会社 大分営業所、株式会社アキ工作社

名 称	レディメイドワークショップ 「変身！トイレ!!!」
日 時	2014年9月17日、24日
会 場	大分大学教育福祉科学部附属小学校 (大分市王子新町1-1)
参加人数	116名
内 容	大分大学教育福祉科学部附属小学校4年生 116人を対象に、身近なトイレの模型を用 いて、粘土等による造形表現を施した。 完成した作品に自らサインすることで、オ リジナルや引用の意味合いを学習するこ とを狙いとするワークショップを開催した。 協力 田中修二 (大分大学教育福祉科学部准教授) ともひろ かなこ (大分大学教育福祉科学部附属小学校 非 常勤講師)



名 称	イズミ博覧会
日 時	2014年10月29日～11月2日
会 場	iichiko 総合文化センター 1階 アトリウムプラザ(大分市高砂町2-33)
参加人数	1500名
内 容	大分大学教育福祉科学部附属小学校4年生 が制作した作品を、iichiko 総合文化セン ターアトリウムプラザに展示した。 また、展示作品には児童の作品コメントや 有識者による作品レビュー動画がみられる 仕組みから、鑑賞者にアートに触れること の楽しさを感じられる展示となった。



名 称	シンポジウム 「トイレ、わたし／みんな、アート」
日 時	2014年11月1日
会 場	iichiko 総合文化センター 1階 アトリウムプラザ(大分市高砂町2-33)
参加人数	150名
内 容	<p>モデレーターは大分大学教育福祉科学部准教授の田中修二氏、パネリストに大分県立芸術文化短期大学の学生と大分大学教育福祉科学部附属小学校の4年生を招き、アートについて対談を行った。</p> <p>子どもたちの日常からアートを発見し、アートを楽しむ視点に触れ、理解しにくい「現代アート」について興味関心を高めることができた。</p>



11. 会期後の取組

意見交換会の開催

会期終了後、事業に協力いただいた企業や、店舗、団体及び、ボランティアとして参加いただいた市民による意見交換会を開催した。

それぞれの役割や関わり方について、異なる立場の気付きや反省、成果を共有するとともに、観客アンケートの集計結果を参考にしながら意見交換を行い、今後の芸術祭やアートを活かしたまちづくりに対する意見が挙げられた。

[1] 市民ボランティア参加者による意見交換会

実施日時：10月20日（火）午後6時～8時

場 所：スペース ポスケ（大分市中央町1丁目1-13）

参加人数：18名



- ・68日間のボランティアは大変だったが、大きなやりがいもあった。
- ・ボランティアセンターでのおもてなしなど、当初なかった内容も、活動の中で自分たちで試行錯誤してできた。
- ・まちの中でつながりができた。
- ・普段からまちを案内できるとよい。
- ・自分たちの言葉で、まちの面白さを観客に伝えることで、改めて大分が好きになった。

[2] 協力店舗等の関係者意見交換会

実施日時：10月21日（水）午後6時～8時

場 所：スペース ポスケ（大分市中央町1丁目1-13）

参加人数：15名



- ・アートフェスティバルが、まちづくりのエンジンになることがわかった。
- ・今後はどうつなげていくかが重要で、核になる理念が必要。
- ・観光イベントとして芸術祭を捉えると、お客様を呼び込むための告知と、商店街の店舗等へはそれに乗じた商売や賑わいの機会であるという告知が必要。

12. アンケート結果

会期中、観客、協力店舗、ボランティアスタッフにアンケートを実施した。

[1] 観客アンケート

期 間：会期中

調査方法：ポールさん（移動式インフォメーション）による手渡し、もしくは聞き取り。

まちなかアートイベント、まちなか体験イベント会場での手渡し。

回答者数：1,492 人

アンケートの設問内容は以下の通り。

- 問 1. 性別
- 問 2. 年齢
- 問 3. どこから来たか
- 問 4. 主な交通手段
- 問 5. 4月以降中心市街地に来ることが増えたか
- 問 6. 今回の滞在時間
- 問 7. おおいたトイレナーレを何で知ったか
- 問 8. 今回のおおいたトイレナーレの満足度
- 問 9. 次回への参加の意向
- 問 10. 今回のイベントで発見があったか
- 問 11. 関心のある他のスポットやアートフェスティバル
- 問 12. 自由記述

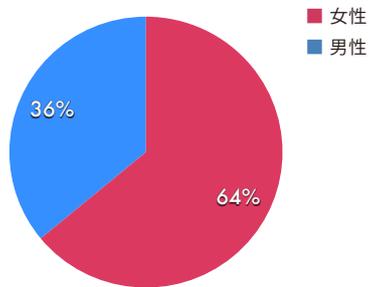
なお、アンケートの回答者には「グッズ引換券」を進呈し、それを持って「まちなか案内所」、「大分市観光案内所」、「ライフパル」のいずれかに持っていくことでくじを引いてグッズと交換することができた。グッズにはアキ工作社の「d-torso」や中野マーク周作氏作の「トイレの怪獣」、トイレナーレオリジナルのトイレットペーパーやピンバッジがあった。



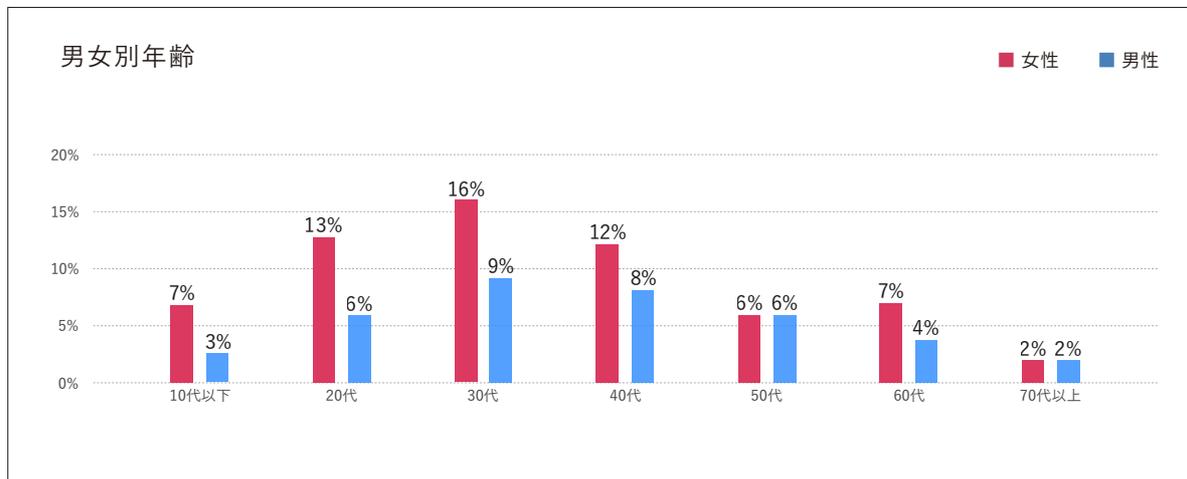
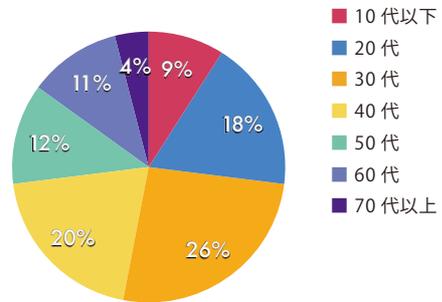
問 1. 性別・問 2. 年齢

全体として女性の来場者が多く、男女年齢別では多い順に 30 代女性、20 代女性、40 代女性の順となった。ターゲットである 20～30 代女性で約 30%を占めていた。

問 1. 性別



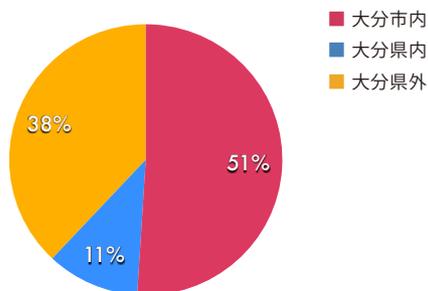
問 2. 年齢



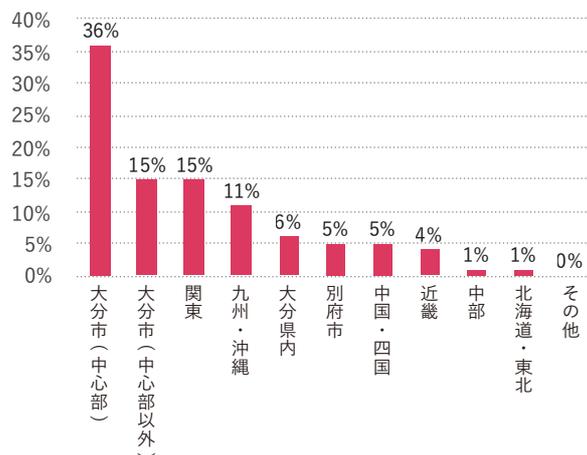
問 3. どこから来たか

大分市内からと大分市外からが約 50%ずつという結果になった。大分県外では関東からが 15%と最も多く、九州・沖縄より高い数値となった。

問 3. どこから来たか



問 3. 内訳



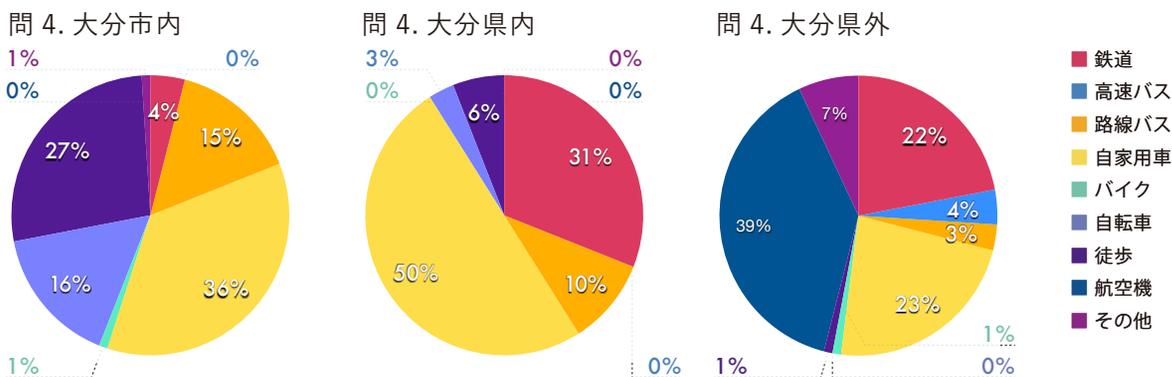
問4. 主な交通手段（1つだけ選択）

大分市内は自家用車が最も多く、次いで徒歩、自転車の順となった。

大分県内は自家用車が50%、鉄道の利用が31%と多数を占めた。

大分県外は関東からの来街が多かったためか、航空機利用が最も多かった。

また、その他はフェリーという回答がほとんどだった。

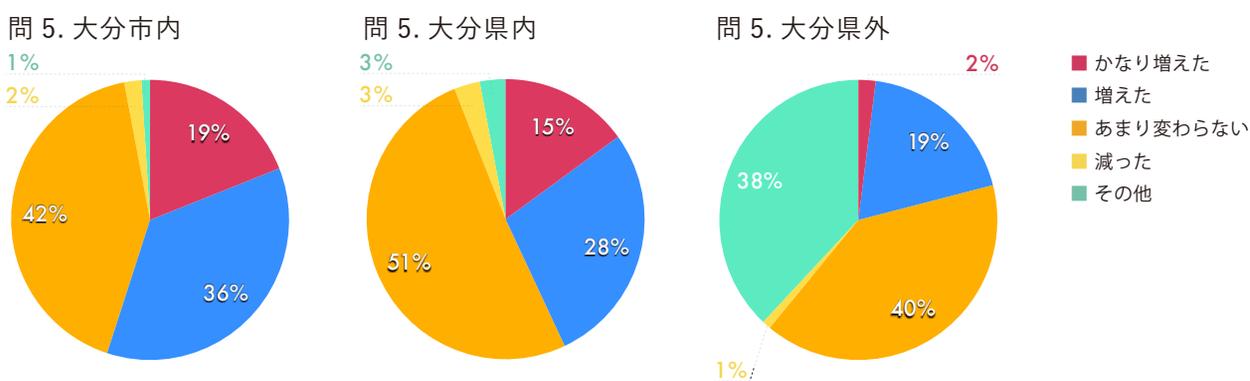


	鉄道	高速バス	路線バス	自家用車	バイク	自転車	徒歩	航空機	その他
大分市内	4%	0%	15%	36%	1%	16%	27%	0%	1%
大分県内	31%	0%	10%	50%	0%	3%	6%	0%	0%
大分県外	22%	4%	3%	23%	1%	0%	1%	39%	7%

問5.4月（2015年）以降（大分市）中心市街地に来ることが増えたか

大分市内は50%以上が「かなり増えた」もしくは「増えた」という回答だった。

大分県外の「その他」については初めて来たという回答が多かった。

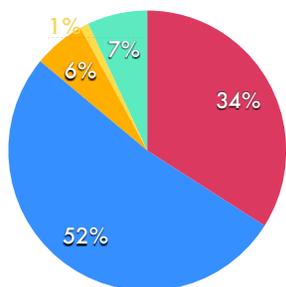


	かなり増えた	増えた	あまり変わらない	減った	その他
大分市内	19%	36%	42%	2%	1%
大分県内	15%	28%	51%	3%	3%
大分県外	2%	19%	40%	1%	38%

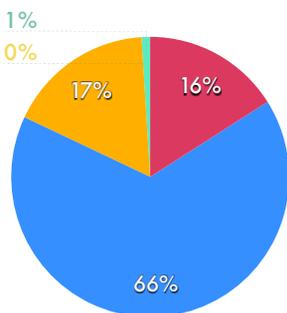
問 6. 今回の（大分市中心市街地での）滞在時間

大分市内、大分県内、大分県外ともに3時間以上の滞在が目標値の40%を大きく上回る結果となった。また、大分県外で2日以上という回答が32%となっている。

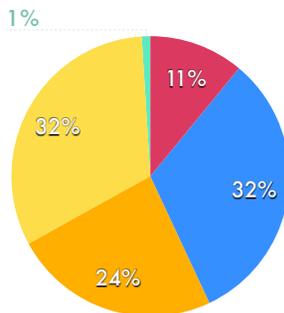
問 6. 大分市内



問 6. 大分県内



問 6. 大分県外

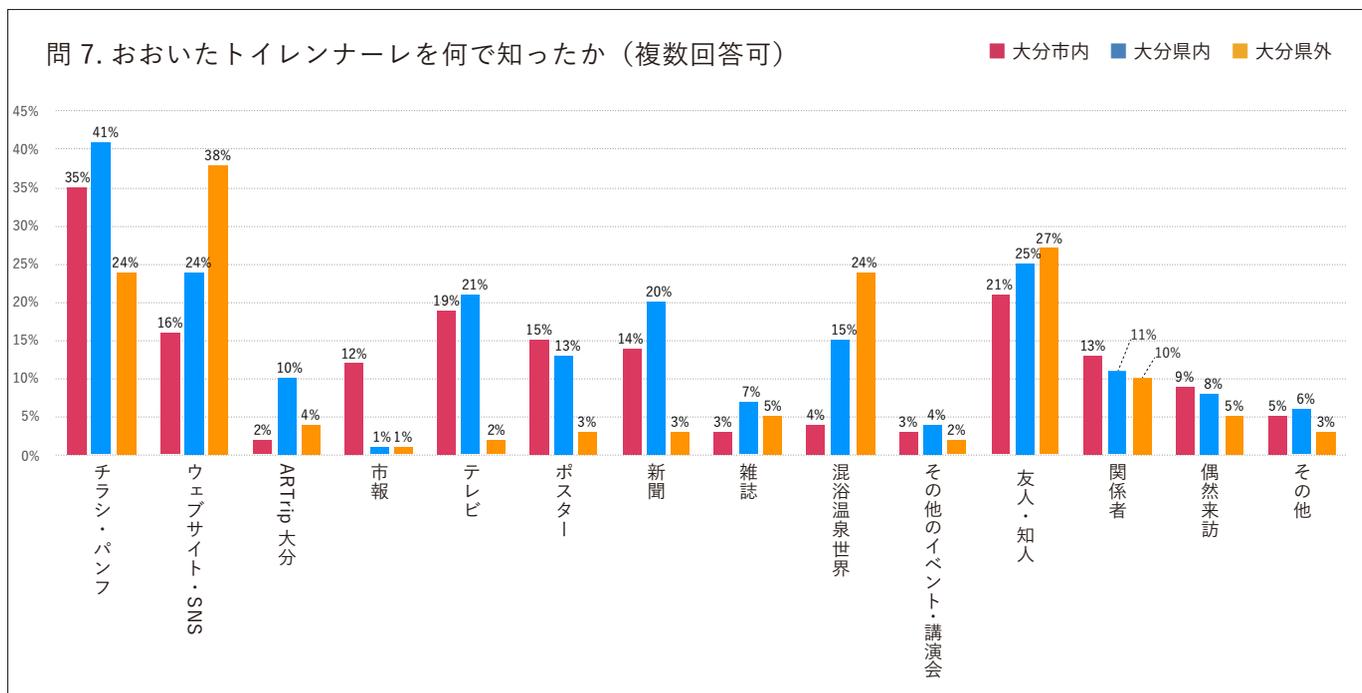


■ 3時間未満
■ 3時間以上
■ 1日
■ 2日以上
■ その他

	3時間未満	3時間以上	1日	2日以上	その他
大分市内	34%	52%	6%	1%	7%
大分県内	16%	66%	17%	0%	1%
大分県外	11%	32%	24%	32%	1%

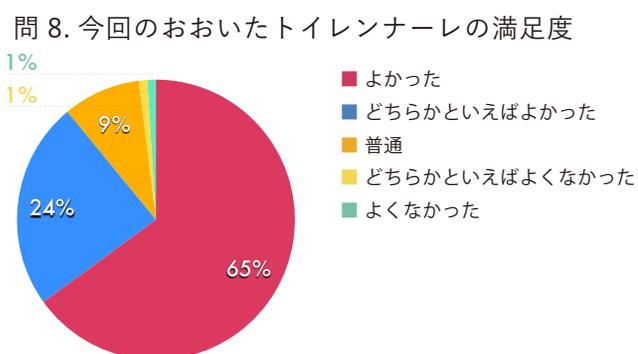
問 7. おおいたトイレナーレを何で知ったか（複数回答可）

大分市内、大分県内では「チラシ」という回答が一番多かった。大分県外では「ウェブサイト・SNS」という回答が多かったが、「混浴温泉世界」という回答も多く、協力して告知をした効果が見られた。



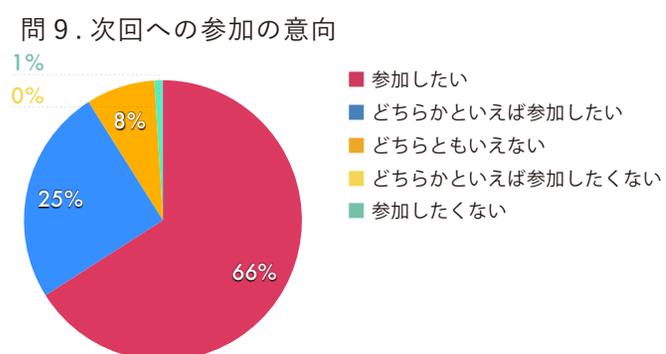
問 8. 今回のおおいたトイレンナーレの満足度

89%の方が「よかった」「どちらかといえばよかった」と回答した。



問 9. 次回への参加の意向

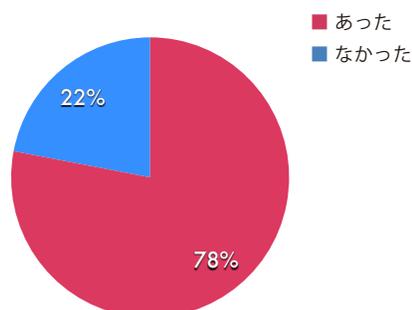
91%の方が「参加したい」「どちらかといえば参加したい」と回答した。問 8 とあわせて高い評価を得た。



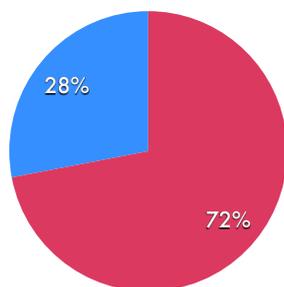
問 10. 今回のイベントで発見があったか

全体で 78%の方が「発見があった」という回答だった。大分市内の方も大分市外の方も高い数値となったことから「まちなかの魅力の発見・再発見」ができたものと思われる。

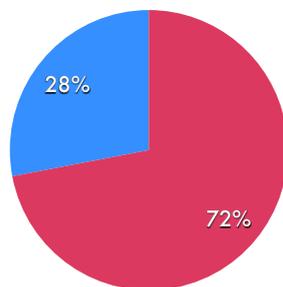
問 10. 全体



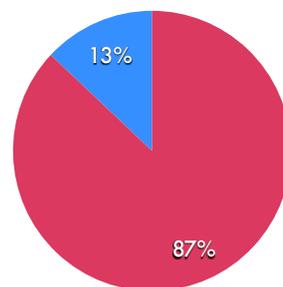
問 10. 大分県内



問 10. 大分市内



問 10. 大分県外

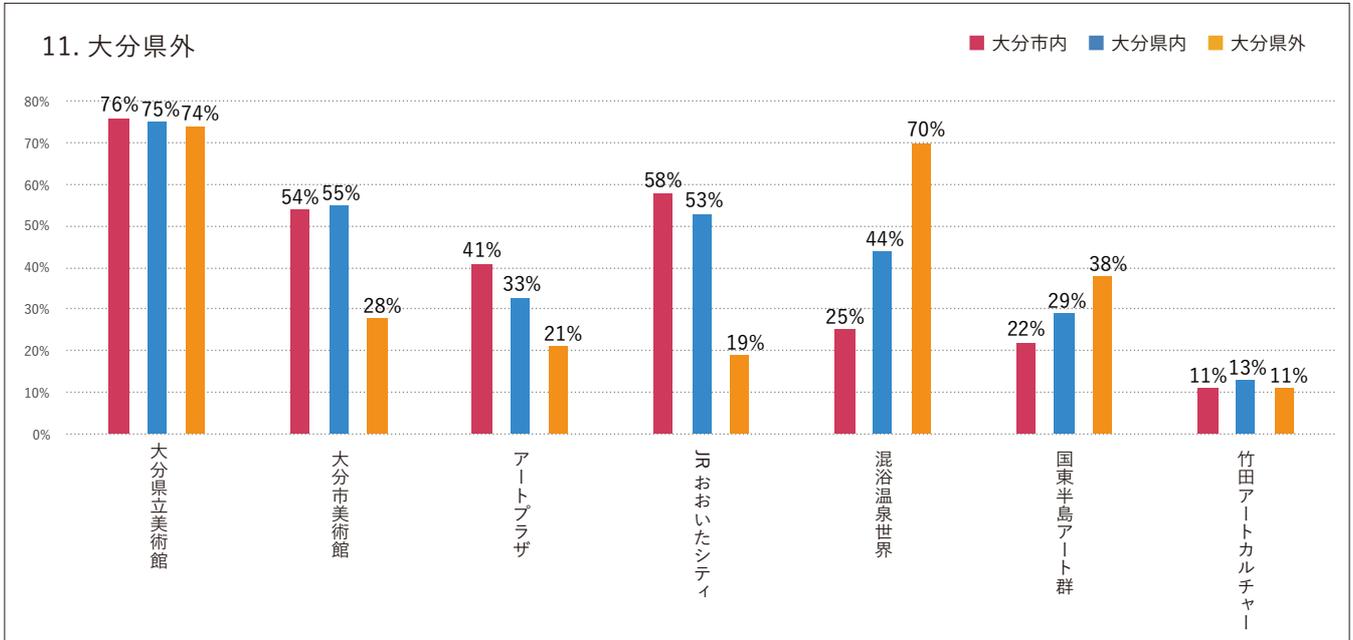


自由記述意見（抜粋）

- ・屋上から見た大分の景色に感動した。
- ・見方を変えると街はさらに面白い。
- ・街の歩き方、楽しみ方を発見した。
- ・日常的な場所が非日常になる面白さ。
- ・大分の街がコンパクトで歩きやすい。
- ・大分は住みやすそう。住んでみたい。
- ・大分が世界に目を向け、西洋の文化と多くの接点を持っていたこと。
- ・入ったことのないお店に入った。

問 11. 関心のある他のスポットやアートフェスティバル（複数回答可）

「大分県立美術館」への関心は高く、大分市内、大分県内、大分県外すべてで70%を超えた。大分市内、大分県内では「大分市美術館」、「JR おおいたシティ」の関心が高いが、大分県外では「混浴温泉世界」の関心が高くなっている。



問 12. 自由記述

- ・ 何気ない中にアートがあるということで普段の生活の中にも楽しいことがあるということを感じていたい。
- ・ 「ポールさん」が気軽に話しかけてくれて楽しかった。
- ・ 作品群が徒歩圏内でよかった。
- ・ 街のいたるところに作品があり街を知ることと同時に作品が楽しめてよかった。
- ・ ガイドツアーが丁寧な説明と案内で分かりやすかった。会期最初からあるととっても良かった。
- ・ 作品がどこにあるかがわかりづらかった。
- ・ まち歩きをしながら日常の中でアートに出会える体験が新鮮だった。

[2] 協力店舗アンケート

期 間：会期中～会期終了後

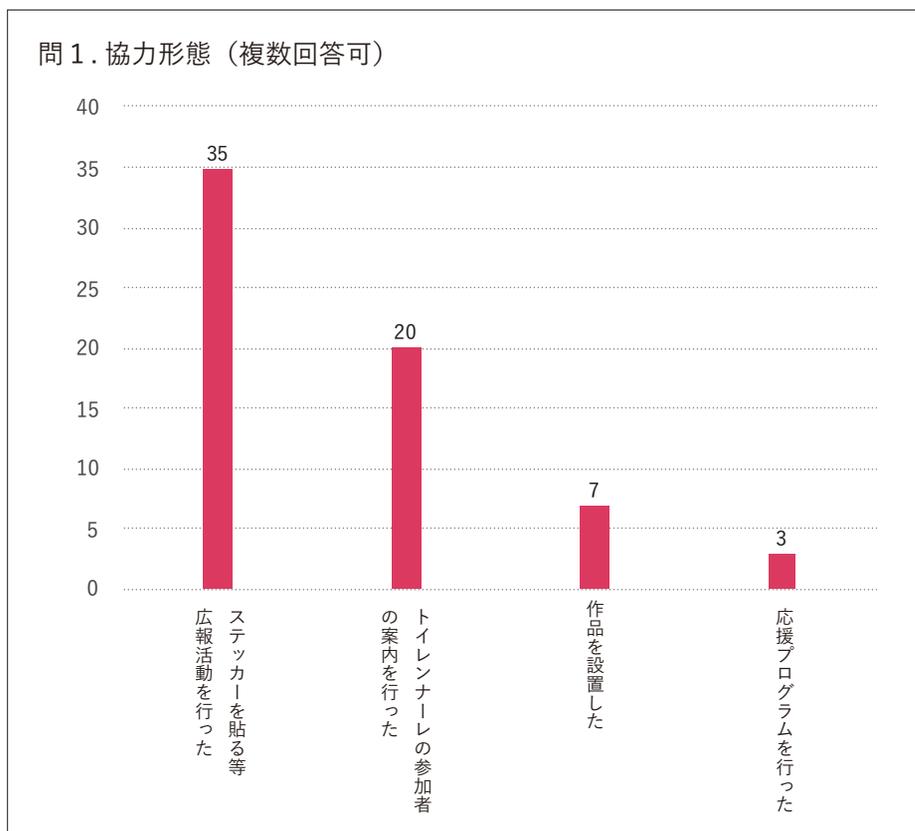
調査方法：会期中もしくは会期終了後に作品設置店舗、協力店舗、応援プログラム参加店舗を訪問
もしくはアンケートを送付し回答を得た。

回答者数：44 店舗（回収率 46%）

アンケートの設問内容は以下の通り。

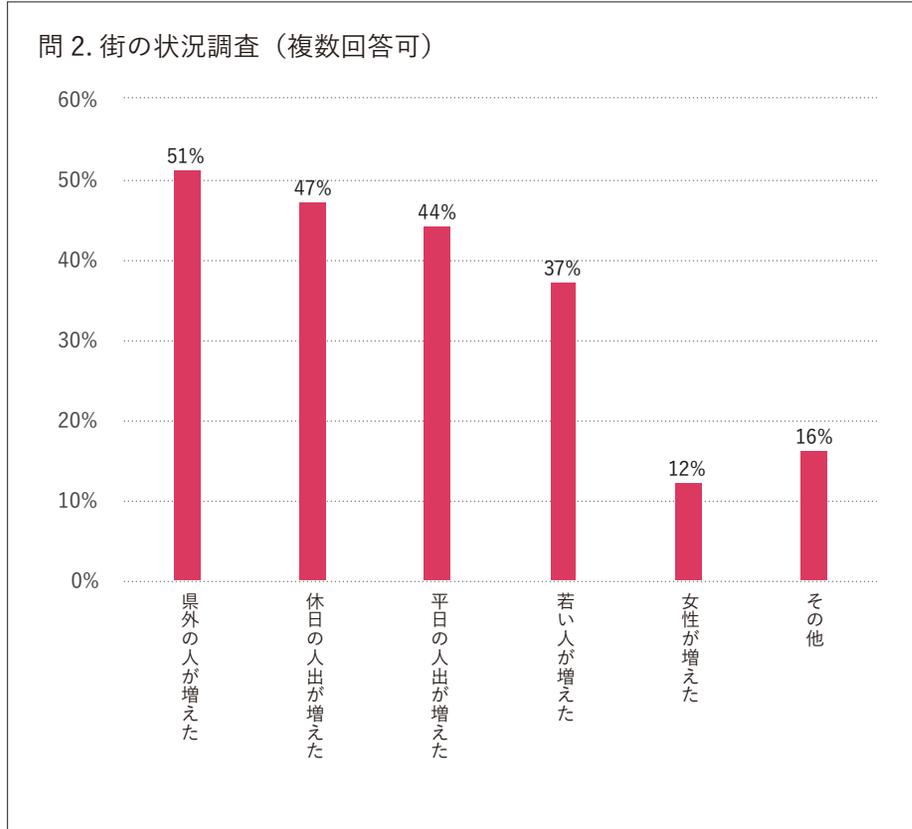
- 問 1. 協力形態
- 問 2. 街の状況調査
- 問 3. 店舗の状況
- 問 4. 店舗の売上げ
- 問 5. 売上向上の取組を行ったか
- 問 6. 今回のおおいたトイレンナーレの満足度
- 問 7. 次回への参加の意向
- 問 8. 自由記述

問 1. 協力形態（複数回答可）



問 2. 街の状況調査（複数回答可）

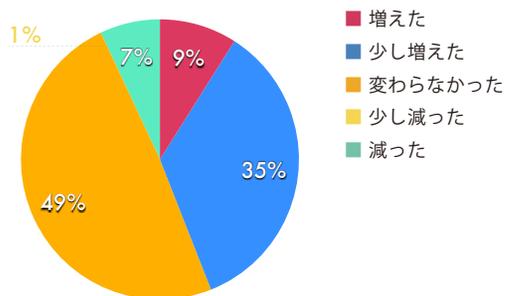
各項目がまんべんなく多いことから、街の雰囲気としては人が増えたことを感じる店舗が多いと推測される。



問 3. 店舗の状況

「変わらなかった」が49%と一番多いが、「増えた」「少し増えた」という回答も44%あり、街中の雰囲気とあわせて人出の増加を実感できる結果となった。

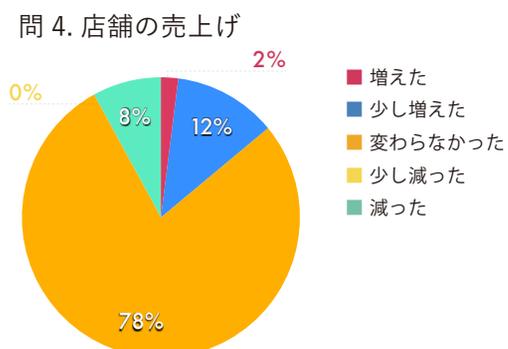
問 3. 店舗の状況



問 4. 店舗の売上げ

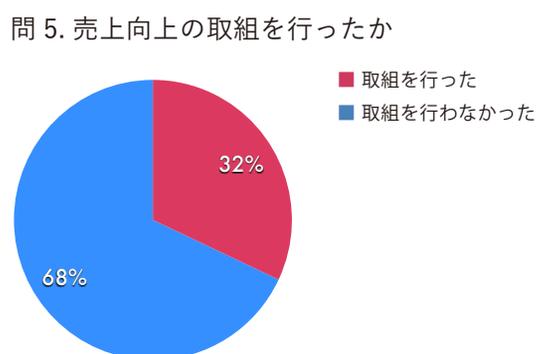
売上げについては、78%の店舗が「変わらなかった」と回答した。

当初、店舗の売上げ向上については目指す姿とはなっていなかったが、市外県外からの来場者が予想されたため調査した。



問 5. 売上向上の取組を行ったか

売り上げ向上に向けた取組を行ったのは全体の 32%にとどまった

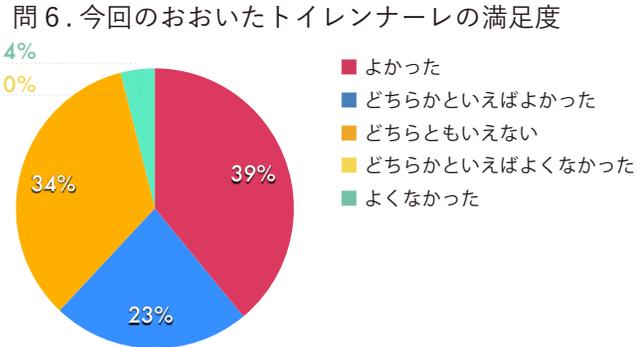


行った取組についての自由記述

- ・ポスターや店内外の飾りつけを行った。
- ・県外からのお客様に積極的なアプローチを行った。
- ・店頭での展示販売を行い、通行する来場者にアピールした。
- ・必要性は感じたが具体策が浮かばなかった。

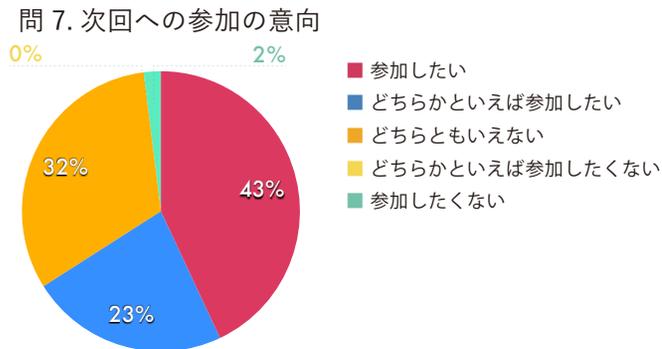
問 6. 今回のおおいたトイレンナーレの満足度

62%の店舗が「よかった」「どちらかといえばよかった」と回答した。



問 7. 次回への参加の意向

66%の店舗が「参加したい」「どちらかといえば参加したい」と回答した。



問 8. 自由記述

- ・ 奇抜な企画もあったが刺激的でよかった。
- ・ もっと商店街との連携があったほうがよかった。
- ・ 続ければ続けるほど良いものになっていくと思う。
- ・ 市民に対してはあまり浸透していなかった。
- ・ 県外の人へのアピールが強く大分を知ってもらえる良いきっかけになったと思う。

[3] ボランティアスタッフアンケート

期 間：会期中～会期終了後

調査方法：会期中もしくは会期終了後にポールさん、まちなか体験イベントの案内人、Nadegata Instant Party のプロジェクト参加者にアンケートを依頼し、回答を得た。

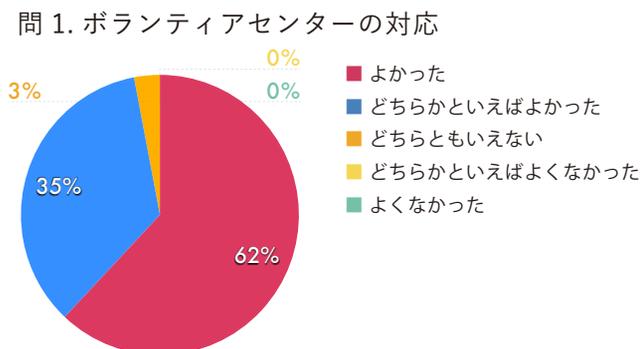
回答者数：31 人（回収率 47%）

アンケートの設問内容は以下の通り。

- 問 1. ボランティアセンターの対応
- 問 2. 講座やマニュアルなどの情報提供
- 問 3. 新しい発見があったか
- 問 4. 今回のおおいたトイレナーレの満足度
- 問 5. 次回への参加の意向
- 問 6. 自由記述

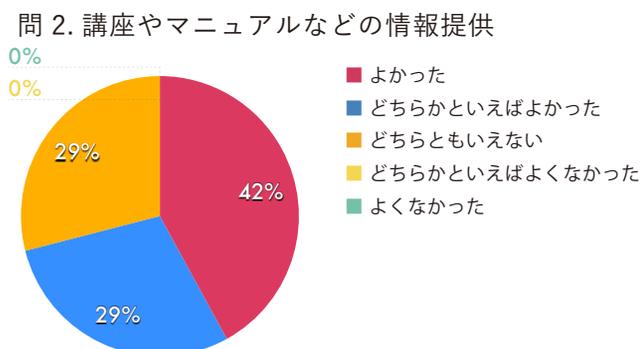
問 1. ボランティアセンターの対応

97%が「よかった」「どちらかといえばよかった」と回答し、非常に高い評価を得た。



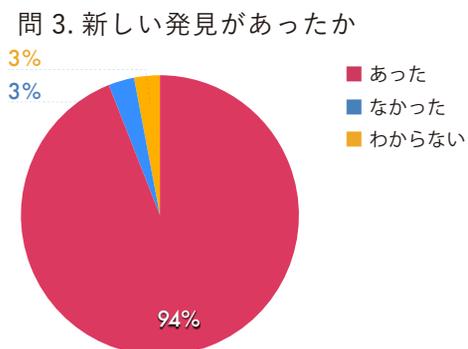
問 2. 講座やマニュアルなどの情報提供

71%が「よかった」「どちらかといえばよかった」と回答したが、「コンセプトの説明がもう少し欲しい」といった内容の不足を指摘する意見もあった。



問 3. 新しい発見があったか

94%が「発見があった」と回答した。

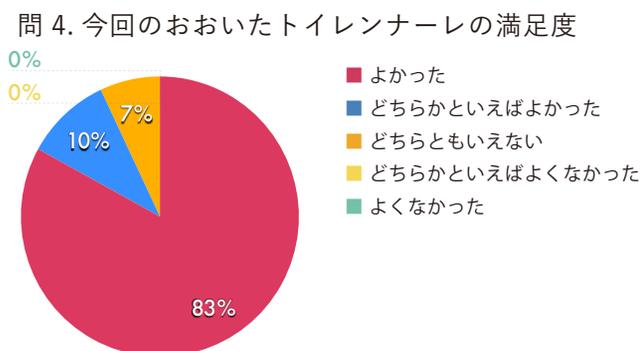


自由記述意見（抜粋）

- ・いろいろなイベントがあちらこちらで行われていること。
- ・身近な近道を見つけた。
- ・まちなかの方が親切。
- ・行ったことのないお店に入れた。

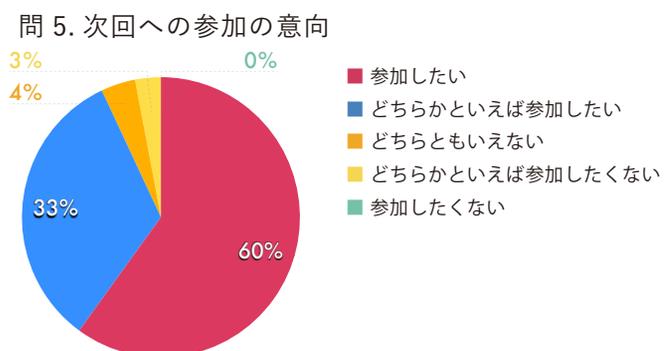
問 4. 今回のおおいたトイレナーレの満足度

93%が「よかった」「どちらかといえばよかった」と回答。



問 5. 次回への参加の意向

問 4 と同様に 93% が「参加したい」「どちらかといえば参加したい」と回答。非常に高い満足度となった。



6. 自由記述意見（抜粋）

- ・街の人が「お疲れさま」と声をかけてくれ、大分の人良さを感じた。
- ・街の人と関わるのが楽しかった。
- ・いろんなアーティストと話ができてよい経験になった。
- ・残せる作品は残して欲しい、今後も作品を増やして欲しい。
- ・白衣は暑かったのでそこに工夫が必要だった。

13. 実行委員会の収支状況

[1] 芸術祭閉幕時における収支状況

①収入

円

区分	平成 25(2013) 年度	平成 26(2014) 年度	平成 27(2015) 年度	3 ヶ年
補助金・助成金				
大分市	12,500,000	24,000,000	※1 50,000,000	86,500,000
大分県	0	4,800,000	0	4,800,000
利息	318	2,523	0	2,841
雑収入	0	16,153	3,091	19,244
収入合計	12,500,318	28,818,676	50,003,091	91,322,085

※1 文化庁補助金 (17,200,000 円) を含む

②支出

円

区分	平成 25(2013) 年度	平成 26(2014) 年度	平成 27(2015) 年度	3 ヶ年
作品制作費	10,317,620	14,089,905	21,539,576	45,947,101
広報活動費	1,702,930	7,991,895	7,626,680	17,321,505
プレ事業費	0	5,561,500	0	5,561,500
フェスティバル 運営費	0	0	17,088,666	17,088,666
事務費	463,615	1,146,761	1,479,535	3,089,911
繰越金	16,153	0	0	16,153
返還金	0	28,615	2,268,634	2,297,249
支出合計	12,500,318	28,818,676	50,003,091	91,322,085

14. 事業評価

[1] おおいたトイレナーレ 2015 の開催目的の整理

アートを活かしたまちづくり「おおいたトイレナーレ」基本構想は、トイレナーレの開催趣旨について次のように整理している。

「私たちは大分市の中心市街地が県都の顔として、ここを訪れる人、ここで営む人、住む人、それぞれの生活と芸術が重なり合う場となることを目指し、また文化芸術の持つ創造性を地域の活性化と産業振興に活かすモデルとなる取組として、『おおいたトイレナーレ』を開催します」

すなわち、トイレナーレは、トイレを会場とする芸術祭の開催を契機として、最終的には、地域活性化や産業振興といったまちづくりを図るものである。そして、かかる目的の実現を図るうえで、文化芸術の持つ創造性を十全に発揮することが求められた。

こうした視点から、基本構想は、トイレナーレの「目指す効果」として、交流人口の増加、地域を誇る気持ちの醸成、賑わいの創出を掲げている。具体的には次のとおりである。

①交流人口の増加

「おおいたトイレナーレ」という、大分市独自の取組を通して、近隣地域の文化イベントなどの観光資源と連携することで、県内外に情報発信し、交流人口の増加につなげます。

②地域を誇る気持ちの醸成

市民が多く文化芸術活動に関わることで、大分市の歴史や文化を育んできた環境を再認識し、地域を誇る気持ちを醸成します。

③賑わいの創出

中心市街地のトイレを目的地化することで、来街者の回遊性を高めます。また、アーティストと、市民や中心市街地の店舗との多様な交流を図り、文化芸術の創り手と受け手をつなぐ役割を担うアートマネージャーとなる人材を育成することで、継続的な賑わいを創出します。

以上から窺えるのは、トイレナーレは、観光振興、対外的情報発信による交流人口の増加と、市民参加による地域の活性化の両面を目指していることである。

ちなみに、大分市の文化政策の根幹をなす「大分市文化・芸術振興計画 2020 わくわく大分 文化・芸術ゆめプラン」(計画期間平成 26(2014)～平成 32(2020)年度)は、①心豊かな市民生活を実現する文化・芸術の振興、②郷土を愛する心や一体感を醸成する文化・芸術の振興、③賑わいを創出し地域経済を活性化する文化・芸術の振興の三つの基本目標を掲げている。交流人口の増加を③の地域経済活性化に含めると考えれば、トイレナーレの目指す効果とほぼ一致している。

トイレナーレのこうした目的の達成状況を測定できるよう、実行委員会では、あらかじめ事業評価シート(p.68の表)を作成して定量的な目標値などを設定し、事業の効果を事後的に評価できるようにした。詳細な評価結果は以下で紹介するが、一言でまとめれば、トイレナーレの来場者は、大分市民と県外観光客が中心であり、市民参加と観光振興の両面で大きな成果を挙げたと評価できよう。

事業評価シート

目的	目指す観点	評価の観点	目標値など	実績値
交流人口の増加	おおいたトイレンナーレ 2015 の実施による来街者の増加 ※69 ページ 【2】①参照	会期中の総来場者数	のべ 15 万人	18 万人
	これまで大分市中心部に来る機会の少なかった新たな層の獲得 ※69 ページ 【2】②参照	【県内】 どれだけの人が市内中心部へ来ることが増えたか (観客アンケートにて居住地が大分市内もしくは大分県内で「4月以降中心市街地に来ることが増えたか」という質問に「かなり増えた」「増えた」と回答した人の割合。詳細は55ページ)"	—	大分市内：55% 大分県内：43%
		【県外】 どれだけの人が始めて大分に来たか (観客アンケートにて居住地が大分県外で「4月以降中心市街地に来ることが増えたか」という質問に「その他」と回答した人の割合。詳細は55ページ)	—	大分県外：38%
	事業の視察、取材による交流人口の増加※70 ページ 【2】③参照	宿泊付きの視察及び取材人数	200 人	341 人
文化施設や同時期に一定規模以上の公的なイベントを行っている団体等との相互広報や、協働したイベントの実施による相乗効果 ※70 ページ 【2】④参照	デスティネーション期間中に行われる一定規模以上の文化観光等のイベントとの相互広報やイベントの協働、連動した実施	3 件	11 件	
地域を誇る気持ちの醸成	エリア内店舗の積極的な参加 ※70 ページ 【3】①参照	協力店舗数(作品設置の協力、広報等の告知協力、独自のイベント実施など)	のべ 140 店舗	のべ 151 店舗
		満足度 (協力店舗アンケートにて「今回のおおいたトイレンナーレの満足度」の質問に「よかった」「どちらかといえばよかった」と回答した店舗の割合。詳細は65ページ)	—	62%
		今後の参加の意向 (協力店舗アンケートにて「次回への参加の意向」の質問に「参加したい」「どちらかといえば参加したい」と回答した店舗の割合。詳細は65ページ)	—	66%
	事業の運営に関わった市民の数 ※71 ページ 【3】②参照	市民によるワークショップの実施者やボランティアスタッフの参加人数	のべ 460 人	のべ 828 人
		満足度 (ボランティアスタッフアンケートにて「今回のおおいたトイレンナーレの満足度」の質問に「よかった」「どちらかといえばよかった」と回答した人の割合。詳細は67ページ)	—	93%
		今後の参加の意向 (ボランティアスタッフアンケートにて「次回への参加の意向」の質問に「参加したい」「どちらかといえば参加したい」と回答した人の割合。詳細は68ページ)	—	93%
独自性の高い取組を通じて、大分市の認知を高める ※71 ページ 【3】③参照	広告宣伝費換算額(パブリシティ効果)	4,000 万円	4 億 9 千万円	
観客及び関わった市民による、まちなかの魅力の再発見 ※73 ページ 【3】④参照	まちなかの魅力の発見再発見があったか。(観客アンケート及びボランティアスタッフアンケートにて「発見があったか」の質問に「発見があった」と回答した人の割合。詳細は59、67ページ)	—	観客：78% ボランティアスタッフ 94%	
賑わいの創出	継続的な賑わい創出のための人材育成※73 ページ 【4】①参照	ワークショップ、人材育成講習会、事業報告会等の開催回数	10 回以上	32 回
	回遊性の向上 ※73 ページ 【4】②参照	3 時間以上滞在した人の割合	40%	77%

[2] 交流人口の増加

トイレンナーレが目指す交流人口の増加を図るうえで、来街者の人数・特性や、情報発信、広域連携に関する目標を設定した。

①おおいたトイレンナーレ 2015 の実施による来街者の増加

トイレンナーレの総来場者数はのべ 18 万人となり、目標値である 15 万人を上回った。

また、「おおいたトイレンナーレ 2015」開催に伴う経済波及効果を算出した結果、401,917 千円となった。総来場者数からアンケートの結果や「大分県観光実態調査（平成 27 年 7～9 月）」をもとに大分県産業連関表を用いて推計した。

経済波及効果

単位：千円

直接効果※1	249,461
第一次間接波及効果※2	86,159
第二次間接波及効果※3	66,297
総合効果	401,917

単位：人

従業誘発者数※4	50
うち雇用誘発者数※5	37

※1 新たに発生した消費や投資によって誘発された生産額のうち、県内各産業部門に誘発された生産額

※2 直接効果に伴う原材料等の購入（投入）によって誘発される生産額

※3 直接効果と第一次間接波及効果を通じて発生した雇用者所得のうち、新たに発生した消費によって誘発された生産額

※4 生産活動の増加に伴って必要となる理論上の従業者数

※5 従業誘発者数のうち、「自営業者」「家族従事者」を除いた数

②これまでに大分市中心部に来る機会の少なかった新たな層の獲得

観客数のべ 18 万人という実績を残せたことは大きな成果だが、来場者については、絶対数だけでなく、その特性にも注目する必要がある。

観客アンケートにより来場者の居住地を見ると、大分市内 51%、大分県内（除く大分市）11%、大分県外 38%となった。県外では、関東（15%）、九州・沖縄（11%）の割合が大きい。

一方、中心市街地歩行者通行量調査で実施された歩行者アンケートによれば、大分市中心部への一般的な来街者の居住地は市内 75%、県内 11%であり、大分市中心部を訪れる客層は圧倒的に大分市民が主体である。こうした中で、トイレンナーレは広域からの集客に成功しており、来街者の絶対数の増加と同時に、来街者の多様化にも大いに寄与したといえる。

さらに観客アンケートによれば、市内在住者のうち、今年 4 月以降、大分市中心市街地に来る機会が増えたと答えた人の割合は 55%となっており（変わらない 42%、減った 2%）、大分市の新たな魅力もあいまって大分市中心部を訪れる新たな市民層の獲得にも寄与した。大分市以外の県内在住者も同傾向である。通行量調査では、当アンケートの設問とはやや異なり、大分市中心部への今後の再来街の意向を問うているが、「これまで以上に訪れたい」との回答は 15%にとどまる。こうした数

字を比較しても、トイレンナーレは大分のまちなかに対するファンを開拓しつつあるといえる。

県外客では、「その他」と答えた割合が38%と高い（増えた21%、変わらない40%、減った1%）が、その多くは「大分に初めて来た」という回答であり、県外客の新規獲得にも寄与したことが分かる。

③事業の視察、取材による交流人口の増加

宿泊付きの視察及び取材人数は341人と目標値200人を大きく上回り、その直接経済効果は857万円（1人あたり観光消費額単価2.5万円と想定）と見込まれる。

④文化施設や同時期に一定規模以上の公共的なイベントを行っている団体等との相互広報や、協同したイベントの実施による相乗効果

destinationキャンペーン期間中に行われる一定規模以上の文化観光などのイベントとの相互広報やイベントの協同、連動した実施は11件となり、目標値の3件を達成した。具体的な内容としては、混浴温泉世界（混浴）における多面的な協力体制の構築、JR九州おおいたトイレンナーレ（列車や駅舎を会場とする芸術祭）と連携したJRバックヤードツアーの開催、大分市美術館（水戸岡鋭治展）、アートプラザ（渡辺おさむ展）との相互広報である。

ちなみに、観客アンケートで今回行ってみたい（もしくはこの1年でいった）スポット、アートイベント、アートフェスティバルを質問（複数回答可）したところ、大分県立美術館（OPAM）69%、混浴40%、JRおおいたシティ39%、国東半島アート群27%、竹田アートカルチャー10%という結果となった（大分市立の文化施設では、大分市美術館41%、アートプラザ30%）。トイレンナーレと同時期に「進撃の巨人展」「『描く！』マンガ展」を開催したOPAMを筆頭に、集客面での相乗効果があったといえる。

特に県外客に着目すると、OPAM74%、混浴70%と、OPAMに並んで混浴との相乗効果も強く、トイレンナーレ、混浴双方のリーフレットで互いの芸術祭をPRしたり、東京で共同記者会見を開くなど、広報面を中心とした連携協働の効果が如実に現われたかたちとなった。

[3] 地域を誇る気持ちの醸成

交流人口の増加という観光振興面での効果、賑わいの創出という中心市街地活性化面での効果を持続させていくうえでは、市民の地域に対する誇りや愛着を高めることが基盤となる。こうした視点から、中心市街地エリア内の店舗や市民の積極的参加、大分のまちなかの魅力再発見、さらに、トイレンナーレを契機に市内外に大分市の情報がどの程度発信されたかを目標とした。

①エリア内店舗の積極的な参加

トイレンナーレの会場となった大分市中心部の商店街の参加の度合いを測定するうえで、各種事業（作品設置の協力、広報等の告知協力、独自のイベント実施など）への参加協力店舗数について、140件という目標値を設定した。実績は151件となり、目標値を上回った。

その内訳は、作品設置協力店舗（店舗に設置するアート作品への会場提供）のべ45件、応援プログラム（トイレンナーレを応援する自主プログラム）参加店舗等11件、まちなかインフォメーション協力店舗95件（店にステッカーを貼り、トイレンナーレの公式まちなかインフォメーションとして作品やまちなかの情報を提供。チラシ設置のみ行った20件を含む）である。

協力店舗に行ったアンケートによれば、満足度、参加意向については「おおいたトイレンナーレが開催されて良かったと感じましたか？」という設問に対し「よかった」「どちらかといえばよかった」

という回答が61%、「今後同様のイベントがあった際にまた参加したいと思いますか？」という設問に対し「参加したい」「どちらかといえば参加したい」という回答が66%だった。また、参加の効果については「おおいとイレンナーレの期間中お店の売り上げはどうでしたか？」という設問に対し「増えた」「すこし増えた」という回答は15%に止まった。（「変わらなかった」という回答は78%）これについては協力店舗に対し、トイレンナーレがこんなイベントで外部から観光客が来る、という内部への情報提供の不足があり、協力店舗へのトイレンナーレの知名度不足に起因すると思われる。今後は情報提供をしっかりと行い、参加店舗をすこしでも多くしていくことが必要である。

②事業の運営に関わった市民の数

市民参加の度合いを測定するうえで、市民によるワークショップの実施者やボランティアスタッフの参加人数について、のべ460人という目標値を設定した。実績は828人となり、目標値を大きく上回った。その内訳は、ボランティアスタッフ「ポールさん」622人、まちなかアートイベント（Nadegata Instant Partyによるクロージングイベント「ルーフトップ・メリーゴーランド」）スタッフ200人、まちなか体験イベント企画者6人である。

ボランティアスタッフなどの協力者に行ったアンケートによれば、事業運営に関わった市民の満足度と今後の参加意向については、ともに93%が「よかった（参加したい）」もしくは「どちらかといえばよかった（どちらかといえば参加したい）」を回答しており、非常に高い満足度であることがわかった。

③独自性の高い取組を通じて、大分市の認知度を高める

トイレンナーレを契機に市内外に大分市の情報がどの程度発信されたかを測定するうえで、パブリシティ効果を目標値とする。パブリシティとは、企業などが費用を負担して情報を流す広告とは異なり、企業や製品についてテレビや新聞、雑誌などのメディアがニュースや記事として取り上げることで、情報が流れることを指す。トイレンナーレがメディアに取り上げられることで、名前が知れわたるとともに、大分という地名があわせて報道されることでシティーセールスの効果も期待できる。パブリシティ効果とは、こうしたメディア上のパブリシティによって生まれる事業や自治体の知名度・好意度の向上を意味し、こうした取組を仮に広告宣伝として行った場合に要する費用で金額換算を行った。

広告宣伝費換算額4,000万円（2013年度からの累計）を目標値として設定し、実績は49,362万円とこれを大きく上回った。

広告宣伝費換算のベースとなったメディア掲載件数は701件である（テレビ85件、新聞122件、雑誌52件、ラジオ21件、Web413件、その他8件）。

目標値を大きく上回った理由としては、テレビの全国放送、新聞の全国版への効果が想定以上に大きかったことが上げられる。

パブリシティ効果の推計結果

媒体種類	掲載・放映件数	合計金額
テレビ	85	179,981,999
新聞	122	236,449,909
雑誌	52	8,672,896
ラジオ	21	47,524,500
Web	413	21,000,157
その他	8	-
合計	701件	493,629,461

(集計：株式会社ジャパン通信社)

※対象期間：2013年4月～2015年12月まで

※各メディアにおいて掲載放映されたものと同じ分量を広告出稿した場合の料金を算出し、その合計をパブリシティ効果とした。

掲載面積 × 単位面積当たりの広告評価、又は放映時間 × 単位時間当たりの広告単価で算出した。

※掲載・放映の確認ができたものを対象として算出しているため、実際には4億9千万円以上の効果があったと考えられる。

主な掲載事例

※掲載事例の一部は付録として添付

媒体種類	掲載・放映件数
テレビ	フジテレビ 「とくダネ！」(2014年5月8日) TBS 「あさチャン！」(2014年6月20日) NHK 「NEWS Web」(2015年6月10日) NHK 「ニュースシブ5時」(2015年9月4日) TVTOKYO7 「チャージ730！」(2015年9月7日) フジテレビ 「ノンストップ！」(2015年9月10日)
新聞	読売新聞 「公衆トイレ「汚」名返上」(2014年4月22日) 日本経済新聞 「鷺田清一かたちのレビュー」(2015年6月11日) 産経新聞 「大分アートの旅 上」(2015年9月3日) 朝日新聞 「天声人語」(2015年9月8日)
雑誌	文芸春秋 「週刊文春」(2015年5月28日) リクルートホールディングス「九州じゃらん」(2015年6月1日) 新潮社 「芸術新潮」(2015年9月25日)
ラジオ	ジャパンエフエムネットワーク 「KAT-TUN 田口淳之介のTAG-TUNE DRIVING」(2014年11月6日)
Web	monocle (2014年4月10日) Quartz (2014年6月20日) CINRA. net (2015年6月11日) The JAPAN Times (2015年7月21日)

④観客及び関わった市民による、まちなかの魅力の再発見

大分市のイメージについてはしばしば、県外客以上に市民自身が「どこにでもある普通の地方中核都市」とみなしがちだといわれる。そうした中、トイレナーレは「トイレを道標として位置付け、新たなナビゲートの仕組みを造成し、街のもう一つの歩き方＝読み解き方を提唱」（ディレクターメッセージ）しようとした。すなわち人々が、アート作品となったトイレを巡る中で、作品の魅力と同時に、まちなかの秘められた魅力との出会い、再発見を行うことができたかが重要である。

こうした定量的に表現しにくい目標の達成状況を探るうえで、アンケートに「今回のイベントで新しく発見したことがありましたか？」という設問を盛り込んだ。アンケートの質問内容としては実に抽象的な問いかけであり、どのような結果がもたらされるか想像しがたかったが、結果的には観客アンケートで78%、協力者アンケートで94%の回答者が「発見があった」と答えてくれた。

アンケートでは「発見があった」と答えた人にその内容を問う自由記入欄を設けたが、観客アンケートで「あった」と答えた961人のうち、765人（80%）が、協力者アンケートでも76%が、当欄に具体的な内容を記入している点も、この手のアンケート調査では高い割合と思われ、トイレナーレへの関心の高さが窺えた。回答内容としては、トイレがアートによって異空間に変身したことに驚きや楽しさを感じた、これまでトイレに抱いていたイメージ（暗い・汚い）が変わったなど、トイレに着目した回答が数多く寄せられた。同時に、商店街を歩くきっかけとなった、今まで入ったことのない商店や街角の風景に出会えたといった、大分の魅力に改めて気づいたという意見も多かった。店舗の接客やボランティアの対応など、地域の人々と出会い会話する機会を得たことを評価する意見もあった。

[4] 賑わいの創出

賑わいの創出という、主に中心市街地活性化に関わる効果としては、来街者の回遊性の向上や、継続的な賑わい創出に向けた人材育成を目標とした。

①継続的な賑わいの創出のための人材育成

賑わいの創出を一時的な効果にとどめず、持続可能なものとしていくうえでは、賑わいづくりに自主的・積極的に携わる意欲のある人材を育成することが重要である。こうした視点から、ワークショップ、人材育成講習会、事業報告会の開催回数について、10回（平成25年（2013）年度からの累計）という目標値を設定した。これに対する実績は32回となり、目標値を大きく上回った。その内訳は、ワークショップ18回、シンポジウム・トークセッション3回、人材育成講習会8回、報告会3回である。

今後は、こうした取組の中から生まれた人材やネットワークを会期中限りのものに終わらせず、継続的なまちづくり活動につなげていくことが求められる。

②回遊性の向上

大分市中心部における賑わいの創出を通じて、中心市街地の活性化を図る。このためには、来街者が単一の目的地を訪れ用が済めば帰宅するのではなく、まちなかを面的に回遊することが重要である。こうした視点から、トイレナーレでは、大分市中心部に3時間以上滞在した人の割合の目標値を40%以上と定めた。ちなみにこの数字は、大分市中心市街地活性化基本計画における平成29(2017)年度の目標値でもある。

観客アンケートによれば、3時間以上滞在した人の割合（3時間以上+1日+2日以上合計）は、

大分市民 59%、大分県民 83%となり、目標値を大きく上回るとともに、会期中の通行量調査の結果（50%）をも上回った。

さらに県外客では、3時間以上滞在者は88%にのぼった。その内訳として1日24%、2日以上32%となっており、宿泊需要にも結びついたことが窺える。

[5] 事業評価の結論

トイレンナーレは、交流人口の増加、地域を誇る気持ちの醸成、賑わいの創出という目指すべき効果において、会期中に達成すべき目標値を達成した。但し、こうした効果を今後につなげていくうえでは、トイレンナーレを一過性のものとし、ない継続的な取組が必要である。

15. 総括と今後の展望

[1]都市の文化的魅力の創造

トイレナーレを一過性のものでせず、継続的な取組につなげていくうえでは、トイレナーレの目指すところを改めて明確にする必要がある。トイレナーレは県都大分のまちなかの文化的な魅力を発掘、創造することで、交流人口の増加、地域を誇る気持ちの醸成、賑わいの創出を図ることを目的としたものである。単なるトイレの美化活動ではなく、まちづくり、ひとづくりが本旨である。まちなかに新たな魅力を生み出すとともに、その隠れた魅力を探訪してもらおううえで、中心市街地各所に点在するトイレが主な舞台に選ばれたという目的／手段の関係を再確認しておきたい。すなわち、今後の継続的取組に際しては、トイレだけに注目するのではなく、これまでと同様、広くまちなかの文化的魅力づくりや創造的人材の育成などを進めていくことが求められている。

「アートを活かしたまちづくり『おおいたトイレナーレ』基本構想」にあるとおり、大分市は中世、大友氏の時代にキリスト教と西洋文化をいち早く受け入れ全国有数の貿易都市として栄えた。このように大分市には、多様な異文化を積極的に受け入れ、独自の文化を育んできた歴史がある。

さらに大分市総合計画では、文化・芸術などの創造性を高め、地域振興や産業振興に領域横断的に活用する「創造都市」を目指すこととしており、大分型の創造都市を実現するには、上記のような文化風土を踏まえるに、地域の歴史文化を掘り下げてその魅力を磨き上げる取組と、現代の大分文化と最先端の異文化の交流・融合を通じた新たな文化の創造という二本柱が不可欠である。後者は、大分の文化的DNAを現代に改めて発現させることで、多様な人材が都市に集い、彼らの自由闊達な議論や協働の中から多彩な創造的活動が生まれる環境をつくる、いわば21世紀型の南蛮文化都市を築こうとする取組である。

そして、現代アートとまちづくりを組み合わせたトイレナーレは、その象徴的な事業といえよう。こうした視点を再確認しながら、トイレナーレを契機に生まれた様々な取組を未来に向けて継続・拡大していくことが重要である。

[2]トイレナーレを活かした都市型観光の推進

大分市観光振興計画(計画期間平成20(2008)年度～平成28(2016)年度)は、大分市観光の課題として「ビジネス客が多い」点は強みだが、「高崎山・うみたまごも別府とされているほど観光地として認知されていない」「観光目的で訪れる人が少ない」という弱みがあると指摘している。このように、大分市の観光地としての認知を高めることが市の観光政策の課題であった。また、これまでの市内の文化行事・イベント(生活文化展、大分七夕まつり、夢色音楽祭など)は、県外客の誘致よりも、市民層を主なターゲットとしていた。こうした大分市にあって、文化芸術を活かした都市型観光の可能性を顕在化させたのは、トイレナーレの一つの成果といえよう。日本トイレ大賞地方創生担当大臣賞の受賞を含めて「おおいたトイレナーレ」のメディア露出は大きく、大分市がアートを活かしたまちづくりを積極的に推進していることを示す地域ブランドとなりつつある。

加えて、ほぼ同時期に大分市中心部でOPAMが開館したことや、それ以前からの公立文化施設の集積(大分市美術館、アートプラザ、ホルトホール大分、コンパルホール、iichiko総合文化センターなど)も含めて、大分市の地域ブランドにおけるアートの位置づけは大いに高まっている。

アートを活かした観光振興の取組は、市内最大の観光地である高崎山・うみたまごエリア(たいようをすいこむモン、あそびいち)でも始まっている。さらに別府は「混浴温泉世界」「ベップ・アート・マンス」をはじめ、大分市よりも前から現代アートによる地域づくりに取り組んできた。これまでは別府と高崎山・うみたまごがセットで観光資源として認知されてきたが、両エリアに加えて大分市中心部で、アートのブランド力が強まっていることを踏まえれば、今後は、別府～高崎山・うみたまご～大分

市中心部が連携・協働して、別府湾を臨むアートの聖地としてPRしていくことが有効であろう。こうした方向性をより広げれば、大分市と周辺7市町で形成する連携中枢都市圏が掲げる「広域・周遊型の観光戦略」の一環をなすものともなろう。

こうした点を踏まえると、情報発信力の高い「おおいたトイレンナーレ」を今回限りのイベントで終わらせるのではなく、その発展・深化を図り、都市型観光のさらなる活性化につなげていくことが効果的・効率的である。

現行の大分市観光振興計画の改訂に際しては、こうしたアートツーリズムの視点を明確に盛り込み、戦略的な推進を図ることが望まれる。

[3]「トイレンナーレ」の「トリエンナーレ」化に向けて

トイレンナーレは、「トイレ」+「トリエンナーレ(3年に一度の芸術祭)」に由来する造語だが、当初企画段階でトリエンナーレ方式とすることが決まっていたわけではない。継続する場合の方法論としては、毎年開催やビエンナーレ(2年に一度の芸術祭)方式なども考えられよう。単発イベントや毎年開催と比べたときのトリエンナーレ方式、ビエンナーレ方式の特徴は、事業実施後にしっかりした評価・反省を行い、その結果を踏まえて次回開催時の事業内容、推進体制などを発展・深化させることができる点にある。トイレンナーレにおいても、こうしたPDCA(Plan-Do-Check-Action)サイクルをしっかりと回すうえで、トリエンナーレ、ビエンナーレ方式の採用が望ましい。

わが国の文化政策の方向性を見ると、第4次文化芸術振興基本方針のもと、東京五輪に向けた全国各地での文化プログラムの実施や、創造都市(文化芸術の力を活かした都市再生)などを推進していくことを掲げている。それを踏まえた大分県における文化プログラムの検討動向を見ると、平成30(2018)年度 第33回国民文化祭・おおいた2018(仮称)、平成31(2019)年度 ラグビーワールドカップ2019、平成32(2020)年度 東京2020オリンピック・パラリンピック競技大会にあわせて文化プログラムを連続的に開催していく方針が打ち出されている(大分県文化プログラム検討会議中間答申平成27年9月3日)。こうした点を踏まえると、3年後となる平成30(2018)年度に向けたトリエンナーレ方式での開催が望ましいと考える。そもそも「トイレンナーレ」を「ビエンナーレ」で行うという選択は、開催年が2年後なのか3年後なのか分かりづらく、市民や文化芸術関係者の混乱を招くと懸念される。

トイレンナーレの開催時期については今回、おんせん県おおいたデスティネーションキャンペーンに合わせて大分のアートの魅力を発信するという目的から、夏季に設定された。しかし、炎天下での街歩きにともなう来場者や、「移動式インフォメーション」であるポールさんの疲労蓄積、夏場のトイレの臭気を考えると、次回開催時期は必ずしも夏季にこだわらなくてよいと考える。特に、国民文化祭が通常、秋季開催であることを踏まえれば、相乗効果の発揮も念頭に置いて時期を検討すべきであろう。

[4]平成28(2016)年度～平成30(2018)年度における継続的取組

トイレンナーレの実施は中心市街地活性化に有効に働くが、3年に一度の会期のみでは、その効果は一時的なものに限られる。トリエンナーレ方式での開催といっても、それは平成30(2018)年度までの2年間は何もなくてよいということでは全くない。それでは単発のイベントを二度実施したということにしかない。前回の実施結果から得た教訓・提言が次回の事業内容や推進体制に継承・活用されず、スタッフやボランティアの体制も一からつくり直しになるため、かえって非効率である。

平成30(2018)年度を本番としたうえで、そこに向けた中小規模のプレ事業の実施や、継続作品のメンテナンスを行うことで、トイレンナーレ・ブランドのさらなる定着・強化を図っていく必要がある。市民参加の面からも、商店街はもちろん、会期中にトイレンナーレやまちなか情報を発信した市民が

ランティア「ポールさん」との関係を継続・強化していく必要がある。そのためには、ボランティアに加えて、クリエイターなど地域の創造的人材が集まり、展示や公演、交流を行うことができる拠点「創造の場(クリエイティブ・ハブ)」も必要になってこよう。

前述した政府の方針を踏まえて、大分市として、中心市街地活性化関連予算に加えて、そうした文化予算の獲得も視野に、平成30(2018)年度までの継続的な文化プログラムを組み立てていくべきである。

[5]トイレを会場としたアートプロジェクトのあり方

おおいたトイレナーレは「トイレのみを会場とするアートプロジェクト」「街の奥深くに広がる箱庭的世界観」「毎週末に行われる、多彩なイベント」の三つをみどころとしていたが、このうち最も人口に膾炙したのが「トイレのみを会場とするアートプロジェクト」であろう。

こうした広報戦略はエッジが効いていて、他地域の芸術祭との差別化を図るうえで有効に働き、「おおいたトイレナーレ」とその会場となった「大分市」の名前は全国津々浦々に発信され、約5億円ものパブリシティ効果(メディア掲載効果の広告宣伝費換算額)を生み出した。大分市の都市ブランディングとして大いに成功したといえ、この名称を大分市の財産として引き続き有効活用していくことが重要である。一方で、「トイレのみを会場」が強調されすぎた結果、トイレ以外を会場とする「まちなかアートイベント」や「まちなか体験イベント」に対して「トイレナーレと無関係ではないか」との声も一部寄せられた。

ちなみに「アートを活かしたまちづくり『おおいたトイレナーレ』基本構想」は、コンセプトを「ひらく」と定め、その意義をこのように説明している。

「トイレという空間をアートの力で開放し、トイレから大分市のまちをひらいていきたいと考え、『おおいたトイレナーレ』のコンセプトを「ひらく」とします。また「ひらく」には、【開く】花が咲く。物事が始まる。道を切りひらく。【啓く】知識を授ける。【披く・展く】本をひらく。【拓く】開拓する。【拡ぐ】広げる。などの意味があります。これらを『おおいたトイレナーレ』に関わる人や団体と共有することで、新しく生まれ変わる大分市を次の時代に向けてひらいていきます」

また、総合ディレクターの山出淳也はディレクターメッセージに次のように記した。

「トイレを道標として位置付け、新たなナビゲートの仕組みを造成し、街のもう一つの歩き方＝読み解き方を提唱したい。公共空間の中ほとんど唯一プライベートな密室であり続けるトイレが、アートによってひらかれる。それは街の可能性がひらかれる第一歩となるだろう」

すなわち「おおいたトイレナーレ」は、まずは「トイレから大分市のまちをひらく」ことを第一歩としながらも、最終的には「大分市を次の時代に向けてひらく」ことをコンセプトとしている。実際、今回のトイレナーレでも、トイレ内に設けられた作品を鑑賞するだけでなく、作品にたどり着くまでに「街の奥深くに」足を延ばし、まちなかを体験するプロセスが重視されていた。まちなかアートイベントでも、パチンコ店屋上駐輪場(Nadegata Instant Party「ルーフトップ・メリーゴーランド」)、テナントビル屋上(コンタクト・ゴンゾ「パフォーマンス公演」)、歴史的建造物(安野太郎「ゾンビ音楽コンサート」)のように、用がないと入らない(または普段は入れない)場所を会場とするプロジェクトが目立った。

このため、ブランド力を獲得した「おおいたトイレナーレ」は引き続き使用しつつも、そこでいう

「トイレンナーレ」は即物的にトイレのみを意味するのではなく、「トイレ」に象徴される、街の閉ざされた／閑却された空間であると、広義に捉えていくのが適切ではないか。

例えば次回の「おおいたトイレンナーレ」では、事業の二本柱に「トイレ・アートプロジェクト(継続トイレ作品+新規トイレ作品)」と「まちなか発見アートプロジェクト(トイレ以外を会場とする新規作品+まちなかアートイベント)」を据えることが考えられる。

[6]おおいたトイレンナーレのコンセプトの発展・深化

次回のおおいたトイレンナーレの発展・深化を図るうえで、「ひらく」に加えて「めぐる」というコンセプトを提案したい。

「めぐる」が指し示す意味は、一つには「回遊」である。基本構想の中に、トイレンナーレが目指す効果として『中心市街地のトイレを目的地化することで、来街者の回遊性を高めます』と掲げられたように、来場者が各トイレ作品の間を「回遊」することは当初から目指されていたし、エリア内に分布する複数のアート作品をめぐること自体は他地域の芸術祭も同様ではある。しかしながら、ことトイレンナーレでは、JRおおいたシティ、OPAMという新しい集客施設を線で結んで回遊するだけでなく、中心市街地への作品展開を通じて面的な回遊性を再編成していくことが肝となっており、ここで「めぐる」に託された意義は特に重要なものであった。また、個々の作品・イベントを見ても、目の「見立線」やNadegata Instant Partyの「ルーフトップ・メリーゴーランド」は、作品そのものの中に回遊性(環状線、回転木馬)が仕掛けられていた。さらにトイレンナーレでは、インフォメーションも固定しておらず、「ポールさん」というボランティアスタッフがまちなかを回遊した。このように今回のトイレンナーレでは、幾つものレイヤー(層)で「めぐる」ことが重視されたといえる。

「めぐる」が持つもう一つの意味は「循環」である。トイレンナーレの主会場となるトイレは下水道に直結し、そこに流れ込む汚水は浄化されて自然へと還る。そして、そうした水は大地の循環を経てふたたび街や人に取り込まれる。このようにトイレは、物質の循環というエコシステムの一端をなすものであり、環境やエコ、リサイクルといったテーマと結びつきやすい。また、今回のトイレンナーレで代表的な公式グッズとなったトイレトペーパーの原料はバージンパルプではなく古紙であり、まさにリサイクルの産物なのだ。

アート作品・イベントにおいても、藤浩志の「UTTM」はいらなくなったおもちゃ(Used Toys)を材料として用いていた。まちなかアートイベント「いらなくなったおもちゃで作品をつくろう」は、大分市でエコ・リサイクルにまつわる活動をしているTeamとUTTMのコラボ企画である。Nadegata Instant Partyの「ルーフトップ・メリーゴーランド」では、廃校になった小学校の什器備品が会場に搬入され、その場で新たな生命を吹き込まれた。

廃棄物を素材としてリサイクルするだけではなく、そこにアートやデザインを加えることで付加価値を高める取組を「アップサイクル」と呼ぶことがあるが、トイレンナーレにおけるこうした取組にはアップサイクルへの志向性があるといえよう。アップサイクルは単なる「循環」というよりも「螺旋(スパイラル・アップ)」と評した方が適切だろう。考えてみれば、ディレクターメッセージにある「全世界どこでも決まった振り付けがなされたトイレに、ほんの少し別の要素を持ち込み、想像力という泉が湧き出てくる舞台へと昇華させる」という言葉は、トイレという「場所」のアップサイクルに他ならない。

このように、回遊・循環・螺旋という多義的な意味合いで「めぐる」が、今後のトイレンナーレのもう一つのコンセプトになるものと期待される。

16. 組織体制

おおいたトイレンナーレ実行委員会 委員名簿

役職	所属 / 役職	氏名
委員長	日本アートマネジメント学会九州部会幹事 (NPO denk-pause 代表)	八坂千景 やさかちかげ
副委員長	ホルトホール大分 統括責任者	是永幹夫 これながみきお
副委員長	大分市美術館館長	菅章 すがあきら
広報ディレクター	株式会社 GREEN CIRCLE 代表取締役	神鳥兼孝 かんどりともゆき
委員	ポンプクリエイターズ 代表	足立篤志 あだちあつし
委員	ART PROJECT/OITA 代表	裏正亘 うらまさのぶ
委員	大分経済同友会 常任幹事	尾野文俊 おのふみとし
委員	公立大学法人大分県立芸術文化短期大学 美術科専任講師	於保政昭 おほまさあき
委員	大分都心まちづくり委員会代表幹事	園田孝吉 そのだこうきち
委員	公益社団法人大分県建築士会大分支部	高橋由美 たかはしゆみ
委員	大分市府内五番街商店街振興組合	田崎純子 たさきじゅんこ
委員	公益財団法人大分県芸術文化スポーツ振興財団 参与兼アーツラボラトリー室室長	三浦宏樹 みうらひろき
委員	株式会社大分まちなか倶楽部 前職員	水野さつき みずのさつき
委員	大分市商工農政部長	吉田茂樹 よしだしげき
委員 (平成 26 年度末まで)	大分県デザイン協会	木ノ下 結理 きのしたゆり

総合ディレクター：山出淳也 (NPO 法人 BEPPU PROJECT 代表)

作品制作・まちなかアートイベント：NPO 法人 BEPPU PROJECT (田島怜子、種木悠二)・長内綾子

まちなか体験イベント：大分みちくさ小道

まちなか発見マンガプロジェクト：大分県立芸術文化短期大学 美術科

ようを+アートプロジェクト：大分県立芸術文化短期大学 美術科

ボランティア事務局：田原保志 (合同会社 倅絃舎)

ロゴデザイン：西口顕一

おおいたトイレンナーレ 2015 ヴィジュアルイメージデザイン：加藤賢策 (LABORATORIES)

全国広報：市川靖子

撮影：takeuchi yasunori

森 晴繁 (大分圏清掃整理促進運動)

17. 活動記録

おおいたトイレナーレ実行委員会

平成 25(2013)～27(2015) 年度年度活動記録

【平成 25(2013) 年度】

- 10月 1日 実行委員会発足
第1回総会・第1回常任委員会
- 10月 11日 第2回常任委員会
- 11月 5日 第3回常任委員会
- 11月 25日 第4回常任委員会
- 12月 20日 第5回常任委員会
- 1月 29日 第6回常任委員会
- 2月 21日 第7回常任委員会
- 2月 22日 トーチカ「トイレのラクガキ」ワークショップ
23日 //
- 会場：the bridge、参加者：140人
- 3月 4日 一般社団法人柏の葉アーバンデザインセンター視察対応
- 3月 24日 第8回常任委員会
- 3月 26日 平成 25 年度作品点灯式
会場：若草公園、参加者：約 200 人
作品解説ツアー（3 作品）、参加者：30 人
- 3月 29日 トークセッション
会場：the bridge、参加者：約 60 人

【平成 26(2014) 年度】

- 4月 23日 第1回総会、第1回常任委員会
- 5月 16日 第2回常任委員会
- 5月 19日 兵庫県赤穂市議会視察対応
- 6月 10日 第1回大分圏清掃整理促進運動
会場：若草公園、参加者：21人
- 6月 20日 第3回常任委員会
- 6月 26日 作品設置協力店舗説明会
27日 //
- 7月 1日 会場：コンパルホール、参加者：12人
- 7月 1日 北九州市行政視察対応
- 7月 4日 西瀬戸経済同友会視察対応
- 7月 11日 TOTO パブリックトイレセミナーでの PR
- 7月 17日 第2回大分圏清掃整理促進運動
会場：H25 年度ショップ・アートイレ 3 施設、参加者：19人
- 7月 18日 第4回常任委員会
- 7月 31日 ヨコハマトリエンナーレ視察、PR（～8月2日、横浜市）

- 8月17日 第3回大分圏清掃整理促進運動
会場：ふないアクアパーク、参加者：13人
- 8月29日 第5回常任委員会
- 9月3日 「おんせん県おおいたデスティネーションキャンペーン」全国宣伝販売促進会議でのPR
- 9月4日 同エクスカーション
- 9月5日 福岡アジア美術トリエンナーレ視察、PR（福岡市）
- 9月6日 トイレミュージアム「UTTM」ワークショップ（～7日）
- 9月10日 第4回大分圏清掃整理促進運動
会場：大手公園、参加者17人
- 9月11日 まちづくり出張教室でのPR
会場：丹生公民館、参加者：30人
TOTO水まわりトレンド報告会でのPR
- 9月12日 大分市議会経済常任委員会視察対応
- 9月17日 「ようを+アートプロジェクト」ワークショップ「変身！トイレ!!」
24日 //
- 会場：大分大学教育福祉科学部附属小学校、参加者：3クラス116人
- 10月10日 第5回大分圏清掃整理促進運動
会場：中央通り、参加者：28人
- 10月21日 第6回常任委員会
- 10月25日 大分県立芸術文化短期大学学園祭でのPR
- 10月29日 「ようを+アートプロジェクト」「イズミ博覧会」（～11月2日）
会場：iichiko 総合文化センターアトリウムプラザ、来場者：1500人
- 11月1日 「ようを+アートプロジェクト」シンポジウム「トイレ、わたし/みんな、アート」
会場：iichiko 総合文化センターアトリウムプラザ、来場者：150人
- 11月3日 川崎泰史ワークショップ「北風くんと太陽くんをつくろう！」
会場：To-tA（wazawazaビル4階）、参加者：15人
- 11月10日 第6回大分圏清掃整理促進運動
会場：若草公園、ふないアクアパーク、参加者：46人
- 11月15日 全国トイレシンポジウム参加、PR（グッドトイレ選奨受賞）（～16日、東京都）
- 11月26日 第7回常任委員会
- 11月29日 トーチカ「トイレのラクガキ」ワークショップ
30日 //
- 会場：the bridge・ガレリア竹町ドーム広場、参加者：110人
- 12月10日 第7回大分圏清掃整理促進運動
会場：城址公園、参加者：23人
- 12月12日 第8回大分圏清掃整理促進運動
会場：大分県立芸術文化短期大学、参加者：35人
- 12月15日 由布市立西庄内小学校3年生作品見学対応
- 12月25日 第8回常任委員会
- 1月10日 第9回大分圏清掃整理促進運動
会場：西新町天満社、参加者：14人
- 1月28日 第9回常任委員会

- 1月31日 現代美術史講座「現代アートはどこから来たのか」撮影会（～2月1日）
会場：大分市役所9階会議室、参加者：5人
- 2月10日 第10回大分圏清掃整理促進運動
会場：大分市美術館、参加者：10人
- 2月21日 九州横断メディア招聘ツアー視察対応
- 3月2日 平成26年度作品完成披露式
会場：ふないアクアパーク、参加者：50人
アキ工作社よりd-torso寄贈
- 3月4日 第10回常任委員会
- 3月10日 第11回大分圏清掃整理促進運動
会場：大分フォーラス、参加者：11人
- 3月14日 トイレナーレ・シンポジウム
会場：コンパルホール3階多目的ホール、参加者：350人
- 3月24日 まちづくり出張教室でのPR
会場：大分信用金庫畑中支店、参加者：20人
- 3月26日 第11回常任委員会
- 3月26日 全国都市改善改革実践事例発表会参加、PR（～28日、新潟県三条市）

【平成27(2015)年度】

- 4月10日 第12回大分圏清掃整理促進運動
会場：ジャングル公園、参加者：13人
- 4月21日 第1回総会、第1回常任委員会
- 5月10日 第13回大分圏清掃整理促進運動
会場：大分城址公園、参加者：16人
- 5月15日 第2回常任委員会
- 5月19日 「おおいたトイレナーレ2015」県内向け記者発表
会場：大分市役所9階第1入札室
- 6月10日 第14回大分圏清掃整理促進運動
会場：コンパルホール、参加者：10人
- 6月11日 「おおいたトイレナーレ2015」全国向け記者発表
会場：大分県東京事務所（東京都中央区銀座）
東京都中央区銀座の並木通りにて大分圏清掃整理促進運動番外編を実施
- 6月19日 第3回常任委員会
- 6月24日 第1回ボランティアスタッフ研修
27日 〃 会場：大分市美術館、参加者：20人
- 6月29日 JR九州博多地区統括会議視察対応
- 7月2日 第2回ボランティアスタッフ研修
5日 〃 会場：ボランティアセンター、参加者：25人
- 7月8日 第3回ボランティアスタッフ研修
12日 〃 会場：ボランティアセンター、参加者：16人
- 7月10日 第15回大分圏清掃整理促進運動
会場：府内珈琲、参加者：14人

- 7月12日 「混浴温泉世界2015」×「おおいたトイレナーレ2015」×「ARTPLAZA」
会場：the bridge、参加者：30人
- 7月14日 第4回常任委員会
- 7月18日 「おおいたトイレナーレ2015」オープニングツアー
会場：中心市街地作品設置各会場、参加者：40人
「おおいたトイレナーレ2015」オープニングレセプション
会場：ふないアクアパーク、参加者：300人
「まちなかアートイベント」トーチカ「トイレのラクガキ」ワークショップ
会場：ライフパル、参加者：30人
「まちなかアートイベント」コンタクト・ゴンゾ パフォーマンス公演（～19日）
会場：若竹ビル屋上、参加者：130人
- 7月20日 「ルーフトップ・メリーゴーランド」プロジェクトスタッフ募集説明会
会場：ボランティアセンター、参加者：24人
- 7月24日 「まちなか体験イベント」浴衣でポン～日常の非日常～
会場：ギャラリー竹町ドーム広場、参加者：15人
- 7月25日 「まちなかアートイベント」藤浩志ワークショップ「いらなくなったおもちゃで作品を作ろう」
26日 〃 会場：大分エコセンター、参加者：20人
- 7月31日 「まちなか体験イベント」まちなか同時多発 BunDoku 読書会
会場：カモシカ書店他、参加者：22人
- 8月1日 「まちなか体験イベント」まちなかの公園でアウトドア体験
会場：大分城址公園、参加者：50人
- 8月10日 第16回大分圏清掃整理促進運動
会場：府内珈琲、参加者：14人
- 8月21日 「まちなかアートイベント」安野太郎 ゾンビ音楽コンサート
会場：赤レンガ館、参加者：55人
- 8月23日 「まちなかアートイベント」チェルフィッチュ演劇公演「わたしは彼女に何もしてあげられない」
会場：府内珈琲、参加者：143人
- 8月26日 愛知県豊田市議会視察対応
- 8月28日 「まちなか体験イベント」JR九州大分駅&大分車両基地バックヤードツアー
会場：JR九州大分駅、参加者：15人
「まちなかアートイベント」上田 假奈代「トイレ連れ込み朗読+ミニ朗読会」（～29日）
会場：カモシカ書店、参加者：22人
- 8月30日 「大分メディアコレジオ集中講座」
会場：大分銀行赤レンガ館、参加者：130人
- 9月4日 静岡県掛川市行政視察対応
「まちなか体験イベント」スナックダレンチ
会場：FL▲T、参加者：70人
- 9月5日 「ルーフトップ・メリーゴーランド」プロジェクトスタッフ募集説明会
会場：ボスケ、参加者：20人
- 9月10日 第17回大分圏清掃整理促進運動
会場：わくわく混浴デパートメント会場（トキハ別府店）、参加者：12人
創造都市政策セミナー in 大分エクスカッション
- 9月19日 「まちなかアートイベント」Nadegata Instant Party「ルーフトップ・メリーゴーランド」

- ～ 23 日 会場：大分駅前ウィング屋上駐輪場、参加者：1555 人
作品ガイドツアー 参加者：80 人
- 9 月 23 日 「おおいたトイレナーレ 2015」クロージングセレモニー
会場：大分駅前ウィング屋上駐輪場、参加者：120 人
- 10 月 7 日 韓国仁川市行政視察対応
- 10 月 10 日 第 18 回大分圏清掃整理促進運動
会場：若草公園、参加者：12 人
- 10 月 19 日 第 5 回常任委員会
- 11 月 10 日 第 19 回大分圏清掃整理促進運動
会場：大分銀行赤レンガ館、参加者：10 人
- 11 月 18 日 第 6 回常任委員会
- 12 月 3 日 株式会社日本政策投資銀行視察対応
- 12 月 15 日 第 20 回大分圏清掃整理促進運動
会場：大分駅府内中央口広場、参加者：14 人
- 12 月 18 日 第 7 回常任委員会
- 1 月 10 日 第 21 回大分圏清掃整理促進運動
会場：JR おおいたシティ屋上鉄道神社、参加者：13 人
- 2 月 10 日 第 22 回大分圏清掃整理促進運動
会場：大分いこいの道、参加者：10 人
- 3 月 8 日 韓国釜谷面行政視察対応
- 3 月 10 日 第 23 回大分圏清掃整理促進運動
会場：TOTO ミュージアム（北九州市）、参加者：15 人
- 3 月 14 日 おおいたトイレナーレ 2015 報告会
会場：全労済ソレイユ 7 階 カトリア A、参加人数：60 人
- 3 月 23 日 第 2 回総会

アートを活かしたまちづくり「おおいたトイレナーレ」基本構想

1. 開催趣旨

[1] はじめに

大分市は、中世、大友氏の時代にはキリスト教と西洋文化をいち早く受け入れ全国有数の貿易都市として栄えました。近世、江戸時代には小藩分立の多様性ある独特の地域を形成し、明治以降は市町村合併を重ね、近年では新産業都市として一層の発展を遂げました。このように、大分市には、多様な異文化を積極的に受け容れ、独自の文化を育んできた歴史があります。

そして現在、経済のグローバル化、少子高齢化、高度情報化社会の到来、都市間競争の激化など様々な時代の流れの中で、平成 24 年度に市制 100 周年を迎えた大分市は、JR 大分駅の高架化、「ホルトホール大分」の開館、大分駅南土地地区画整理事業、「大分県立美術館」の開館、「大分駅ビル」開業など、更に大きく変わろうとしています。こうした変化に柔軟に対応し、大分市都心部を文化・社会・経済の核として活性化させるための新たな方策が求められています。

このような中、広く世界に目を向けると、国内外の多くの都市で、創作者や文化団体、企業、大学、住民、行政が連携し、文化芸術の持つ創造性を地域の活性化と産業振興に活かす取組が行われています。内外の異文化を受容し自らの文化を育んできた歴史を踏まえるに、大分市としても、文化芸術の持つ創造性を地域の活性化と産業振興に活かすことで、大分市オリジナルの新たな魅力づくりを行うことが不可欠です。それこそがまさに 21 世紀における「大分らしさ」の発揮であるといえます。

そこで私たちは大分市の中心市街地が県都の顔として、ここを訪れる人、ここで営む人、住む人、それぞれの生活と芸術が重なり合う場となることを目指し、また文化芸術の持つ創造性を地域の活性化と産業振興に活かすモデルとなる取組として「おおいたトイレナーレ」を開催します。

[2] おおいたトイレナーレとは

おおいたトイレナーレは、大分市の中心市街地において、トイレを舞台にした現代美術作品と、ここに住む私たちが誇りに思える個性あふれるトイレアートコンクールの出展トイレとを巡る、アートフェスティバルです。

トイレは誰にとっても欠かせない、どんなに科学技術が進歩し情報化が進んでも決して省くことのできない場所です。

また、トイレは公共的な空間であると同時に、個人的な空間でもあります。この 2 つの相反する性質を持つトイレという空間をアートの力によって開放する。つまりトイレをひらくことをきっかけに、中心市街地と、そこを訪れる人とを結び、大分のまちをひらきます。

「おおいたトイレナーレ」は、店舗や、まちで活動する人、まちを訪れる人、それぞれの魅力をアートの力を借りて引き出す取組です。

それは同時に、アートの境界を越えることにもなります。

ここでのアートとは、誰もが享受できるもの、つまりふだんの暮らしの中での美的体験によるもので、いわば生活と芸術が重なり合う領域から生み出される根源的なものです。

[3] コンセプト

「ひらく」

トイレという空間をアートの力で開放し、トイレから大分市のまちをひらいていきたいと考え、「お

「おおいたトイレナーレ」のコンセプトを「ひらく」とします。

また「ひらく」には、【開く】花が咲く。物事が始まる。道を切りひらく。【啓く】知識を授ける。【披く・展く】本をひらく。【拓く】開拓する。【拡ぐ】広げる。などの意味があります。これらを「おおいたトイレナーレ」に関わる人や団体と共有することで、新しく生まれ変わる大分市を次の時代に向けてひらいていきます。

[4] 目指す効果

①交流人口の増加

「おおいたトイレナーレ」という、大分市独自の取組を通して、近隣地域の文化イベントなどの観光資源と連携することで、県内外に情報発信し、交流人口の増加につなげます。

②地域を誇る気持ちの醸成

市民が多くの文化芸術活動に関わることで、大分市の歴史や文化を育んできた環境を再認識し、地域を誇る気持ちを醸成します。

③賑わいの創出

中心市街地のトイレを目的地化することで、来街者の回遊性を高めます。

また、アーティストと、市民や中心市街地の店舗との多様な交流を図り、文化芸術の創り手と受け手をつなぐ役割を担うアートマネージャーとなる人材を育成することで、継続的な賑わいを創出します。

2. 基本方針

- (1) 広く市民が認知し、関わるのが可能となるよう、市を挙げた取組とします。
- (2) トイレの美化活動にとどまることなく、アートとまちづくりの活動とします。
- (3) 「おおいたトイレナーレ」を通じて、大分市のさまざまな魅力を県内外に広報します。
- (4) 将来的に自立・発展が可能となるよう、まちづくり・文化芸術活動を担う創造的な人材を育成します。

アートを活かしたまちづくり「おおいたトイレナーレ」基本計画

[1] 現代美術展の開催

大分市の中心市街地において、そのトイレを舞台にした現代美術展を平成 27(2015) 年度に開催します。また、そのためのトイレアート作品の制作を平成 25(2013) 年度から行います。

①お店のトイレアート作品の制作

中心市街地の店舗や施設などのトイレに、トイレの所有者と制作者とが協働して現代美術作品を制作します。

平成 25(2013) 年度は、モデル作品を制作し、平成 26(2014) 年度、平成 27(2015) 年度は補助事業として、募集します。

②シンボル作品の制作

「おおいたトイレナーレ」事業全体を市の内外に広報するために、シンボルとなる、トイレを舞台にした現代美術作品の制作を平成 25(2013) 年度から平成 27(2015) 年度に行います。

[2] トイレアートコンクールの開催

大分市中心市街地の店舗や施設などのトイレのアートコンクールです。参加トイレを募り、予備審査を行います。「きれい」であることにとどまらず、「美しい」、「楽しい」、「面白い」などのアートの観点から本選にノミネートするトイレを選びます。審査員により大賞を決定し、称えるとともに、トイレのアートマップなどを作成し、内外にアピールします。

[3] 広報活動

Web サイトや SNS、マスメディア、口コミなどの幅広い広報手段を活用し、「おおいたトイレナーレ」と大分市について広く情報発信します。

[4] 関連事業の実施

上記 1～3 のほか、アートとトイレに関するシンポジウムや講演会、ワークショップの開催、活動の拠点となるスペースの設置など関連する事業を「おおいたトイレナーレ」と一体的に展開します。

[5] 各種団体との連携

大分市周辺の美術館や文化施設、他地域の文化芸術団体などとの連携を図ります。

[6] 実行委員会の設置

実行委員会を組織し、上記の取組を実施します。

[7] アートマネージャーの育成

教育機関やアートマネジメント団体と連携し、実習機会を提供し、実行委員会の運営を担うアートマネージャーとなる人材を育成します。

おおいたトイレンナーレ実行委員会規約

[名称]

第1条 本会は、おおいたトイレンナーレ実行委員会（以下「実行委員会」という。）と称する。

[目的]

第2条 本会は、文化芸術の持つ創造性を活かし、本市の交流人口を増加させ、市民の地域を誇る気持ちを醸成し、賑わいの創出を図ることを目指して実施する「おおいたトイレンナーレ」を成功させることを目的とする。

[活動内容]

第3条 実行委員会は、前条の目的を達成するため、次の活動を行う。

- (1) おおいたトイレンナーレの企画及び運営に関すること。
- (2) おおいたトイレンナーレの広報及び関連団体との連携に関すること。
- (3) トイレアート作品の制作に関すること。
- (4) その他おおいたトイレンナーレの開催に必要なこと。

[組織]

第4条 実行委員会は、次に掲げる者の内より選出された委員 20 名程度をもって組織する。

- (1) 学識経験を有する者
- (2) 各種団体の関係者
- (3) 大分市の職員
- (4) 実行委員会の趣旨に賛同する者

2 前項に定める実行委員のほか、本事業に賛同を申し出た団体又は個人は、賛助会員となることができる。

[役員]

第5条 実行委員会に、次の役員を置く。

- (1) 委員長 1名
- (2) 副委員長 2名
- (3) 監事 2名

2 委員長及び副委員長は、実行委員の内より互選で決定し、監事は実行委員会が委嘱する。

[任期]

第6条 委員の任期は、規約の施行日に始まり、第15条に定める解散までとする。

2 役員任期は1年とする。ただし、年度の途中で選任された場合の当該役員の任期は、当該年度の末日までとする。

3 役員再任は、これを妨げないものとする。

[役員の職務]

第7条 役員の職務は、次のとおりとする。

- (1) 委員長は、実行委員会を代表し、会務を統括する。
- (2) 副委員長は、委員長を補佐し、委員長に事故があるとき、又は委員長が欠けたときは、その職務を代理する。
- (3) 監事は、実行委員会の会計を監査する。

[名誉会長及び顧問]

第8条 実行委員会に名誉会長及び顧問を置くことができる。

- 2 名誉会長及び顧問は委員長が委嘱する。

[総会]

第9条 総会は、委員長が招集し、委員長がその議長となる。

2 総会は、実行委員をもって構成し、実行委員会の事業計画及び実績、予算及び決算、役員の選任その他重要事項について審議し決定する。

3 総会は、実行委員の総数の3分の2以上の出席をもって成立する。ただし、委任状を提出した委員は、出席したものとみなす。

4 総会の議事は、出席者の過半数により決し、可否同数のときは委員長の決するところによる。この場合において、委任状を提出したものの可否は、委任を受けた委員長又は代理人に一任したものとみなす。

[常任委員会]

第10条 常任委員会は、委員長が招集し、委員長がその議長となる。

2 常任委員会は、実行委員をもって構成し、総会の権限に属する事項を除き、第2条の目的を達成するために必要な事項等について審議し決定する。

3 常任委員会は、実行委員の過半数が出席しなければ開くことができない。ただし、委任状を提出した委員は、出席したものとみなす。

4 常任委員会の議事は、出席者の過半数により決し、可否同数のときは委員長の決するところによる。この場合において、委任状を提出したものの可否は、委任を受けた委員長又は代理人に一任したものとみなす。

[役員会]

第11条 委員長は、緊急性を要し、常任委員会を招集するいとまがないと認めるときは、役員会を開くことができる。

2 役員会は、委員長、副委員長をもって構成し、常任委員会の権限に属する事項を決定することができる。

3 委員長は、必要に応じて監事を出席させ、説明又は意見を聴くことができる。

4 委員長は、第2項の規定により決定したときは、次の常任委員会へ報告し、その承認を得なければならない。

[事務局]

第12条 実行委員会の事務を処理するため、事務局を大分市商工農政部商工労政課内に置く。

2 事務局に事務局長、事務局次長その他の事務局員を置き、事務局長は商工労政課長をもって充てる。

3 事務局長は委員長の命を受け、実行委員会の事務を掌理する。

[経費]

第13条 実行委員会の経費は、補助金、協賛金、参加料及びその他の収入をもって充てる。

[会計年度]

第14条 実行委員会の会計年度は、毎年4月1日に始まり、翌年3月31日に終わる。

[解散]

第15条 実行委員会は、その目的が達成されたときに解散する。

[規約の改正]

第16条 第9条第3項及び第4項の規定にかかわらず、この規約の改正は、総会において実行委員の総数の3分の2以上の同意を得て行わなければならない。

[その他]

第17条 この規約に定めるもののほか、実行委員会の運営に関し必要な事項は、委員長が別に定める。

附 則

[施行期日]

1 この規約は、平成25年10月1日から施行する。

[経過措置]

2 実行委員会の設立当初の会計年度は、第14条の規定にかかわらず、この規約の施行の日から平成26年3月31日までとする。

おおいたトイレナーレ 2015 開催報告書

発行:おおいたトイレナーレ実行委員会

問合せ:おおいたトイレナーレ実行委員会事務局

〒870-8504 大分県大分市荷揚町2番31号

大分市商工労政課内

Tel : 097-585-6011 Fax : 097-533-9077

Mail : toilennale@city.oita.oita.jp

Web : <http://toilennale.jp>