

「周年事業に向けた 高槻アート博覧会のあり方検討」WS

昨年11月に13回目を迎えた「高槻アート博覧会」が、15周年を迎えるにあたり「進化と継続」をしていくための展開について話し合いました。今回のワークショップでは、去年の「高槻アート博覧会」についてのヒアリング結果と課題を共有し、今後も継続していくために、各プログラム「大人たちが子どもたちを見守るまちづくり」というコンセプトのもと、内容に対して“コンセプトに沿ったものになっているのか”、“どういった課題があるのか”といった意見を皆さんから出してもらいました。また、そういった課題に対して、“どう対処したらいいか”や“進化していくためには”といったアイデアについても意見を出して頂きました。

日時：2014年2月27日（木）19:00～21:00

場所：高槻市役所 産業振興課 会議室

参加人数：25名（スタッフ含む）

当日のスケジュール

19:00 あいさつ

19:10 概要説明

19:15 課題の共有

19:30 グループに分かれ、各プログラムの課題と解決アイデアを意見交換

20:30 各チーム発表

21:00 終了

ワークショップ風景



1班 巨大アーケード展

		課題抽出		アイデア提案
企画	マンネリ化	参加する団体が毎年ほとんど決まってきたこと 参加団体の掘り起しが必要 参加団体の条件(現在学校単位、小学生まで)が狭い 参加団体数の上限・展示スペース拡大が必要 応募者が少ない 参加者が少なくなっている 企画がマンネリになりがち 長年続いていて、情性で参加 義務的でやらされている感じ	← 門戸を広げる	学校単位ではない枠を作る(アトリエ教室とか) 大阪府下まで募集範囲を広げる 親子で制作する(参観などを使って) 地域コミュニティ単位での参加にする 幼稚園+公民館+小学校・学童 複数の学校と一緒に制作する 姉妹都市への参加アプローチ 対象を広げる(中学生とか)
			← 連携のしくみづくり	参加団体のフレーミングを変える (新たなつながりを生み出す形) 学生(芸大生・高校生)が子どもを指導して一緒に描く 絵本作家(アーティスト)と絵を描くことを楽しむ 参加グループを巻き込む企画をつくる アーティストへメリットの説明をして無料で参加してもらう 指導法・テーマの伝達のしくみをつくる 例:実行委員→学生→幼稚園
	テーマ設定	絵画のテーマを決めるのが難しい 毎年のテーマが決まる(発表される)タイミングが遅い 受賞作品審査基準が不明確になっている	← テーマの明確化	インパクトの強いテーマで描いてもらう
	予算の確保	布代が高い 協賛資金の絡め方の検討が必要 協賛企業への協力のお願いが大変 画布を無償で配布しているので費用がかさむ 画材代が用意できず(又は高すぎて...)参加を見送るところもある		
準備段階	制作状況が不透明	つくるプロセスが見えない	← プロセスを可視化	作者である子どもたちのインタビュービデオ撮影などをしてみてはどうか
		作品に対する思いやコンセプト、子どもの声を知る術がない	← 内容の共有	短時間(お手軽に)で取り組めて、しかもクオリティの高い共同作品を作る手立ての共通理解をする
	子どもが主体になっていない	絵画に大人の手が入りすぎている感がある 大人がどんな絵を子どもに描かせるか苦心している		
	人員不足	一緒に手伝う人が少ない マンパワーの不足(写真どりなど) 参加団体である小学校現場の多忙化。保育園・幼稚園の方はどうなのか聞く必要がある	← 学生ボランティア	学生ボランティアを起用してみてはどうか
	審査方法	投票制にしてもよい気がする 飾る順番がくじ引き	← 対価	賞品があると本気になる 頑張ったことに対する対価が少ないので、優秀な絵画を表彰する 投票制にする
	展示方法	巨大絵画展自体のコンセプト告知がどこにもない(商店街の中に) 巨大絵画を写真に撮るが、そこに子どもの姿がない		
	人の関わり	芸大生のとりにこみ方を考える必要がある 子どもたちと運営側とのかかわりが グループ間のつながりが 絵を描くだけでなく、子どもたちや保育士(大人)がもっと達成感が持てるようにしたい	← 交流	参加団体の交流機会を作る
	説明会	説明会が、布を配るだけで形式化している。 説明会がマンネリ化している。繋がりを作るのなら、その視点で改善できるのでは？		
本番	収益	収益性がない	← ゲッズ販売	絵ハガキを期間中にも販売できないか 絵ハガキ販売店を募集する
	環境	天気に左右されるものが不安		
	交流がない	参加者「全員集合」の場がなくなった		
	参加性がない	見るだけの状態になっている 絵を説明できる人が誰もいない	← 見学ツアー	子どもに説明してもらったツアーみたいなのがあればいい
	広報不足	小学校全戸配布のチラシの改善 商店街に絵を見に行った人から、「感動した」「よかった！」という声を聞いてもその声を広める場がない チラシや広報に気が付いていない 13回行っている割には認知度が低い アート博の一部であることが解りづらい 集客にあまり繋がらない(描いている子どもの家族のみ)	← 広報	Facebookなどでプロセスを公開
	期間が短い	コアイベントが多くて全て見て回ることができない		
			← 企画のブラッシュアップ	キャンドルナイトとのコラボ(センター街で実施) J:COMさんに1枚ずつ画像を流してもらう オープニングと絡める 絵をおろす最終日にアーケード内で記念撮影できる
継続(終了後)	保管方法	置き場所に困る 各幼稚園がどう飾っているのかわからない	← 再活用	公民館などを使えばさらに見てもらえる 歴代の絵のデータベースをつくる(HPなど) 過去に描いた子どもが絵を見られるイベントをつくる

2班
チョコレート

		課題抽出	アイデア提案	
企画	参加者不足	一般の人の参加が少ない	← 役割を明確化	関わり方を整理する
		予約制にした方が…特に一般の人 広報・募集(学校への呼びかけ)が弱い	← 参加費の設定	参加費をとる
			企画のブラッシュアップ	テーマ募集をする
準備段階	作業分担ができていない 参加方法が不十分	準備が一部の人の人になってしまう		
		一般の方含め参加できる環境が整っていない 活動拠点の告知がない	← 参加募集	ボランティア募集をする 地元の保育科生(平安女子)の募集をする
本番	楽しみ方が制限されている	子どもの楽しみをコントロールする面がある	← 子ども向け内容充実化	デモンストレーションを行う パフォーマンスを行う 子どもにまず“こんなカッコいい大人になりたい”という感動を！
継続 (終了後)	作品活用	作品の活用方法がない	← 展示	子どもの作品展示をおこなう 銀行のウインドーに展示する
	実施報告	体験の告知が必要	← 広く紹介	市の広報・お店・DMにて紹介する お店の看板をチョコレートで

フルーツカラー

		課題抽出	アイデア提案	
企画	場所	場所が落ち着かない	← 室内	集中できる室内の方がいい
	ターゲットが限定的	お客さんのタイプを分けて、間口を広げる工夫必要	← タイプ分け	お母さん向けと親子向けで分ける 障がい児等を対象としたメニューを個別で設ける
準備段階				
本番	参加方法が制限されている	当日参加なしでは広がり得られにくい	← 参加枠を新たにつくる	おじいちゃんおばあちゃんによる子守りで参加者サポート
継続 (終了後)	募集方法以外が不十分	募集フォローはできる		
			企画のブラッシュアップ	写真展と連携する 小児科とコラボする 芥川まつりと連携する

ライブペイント

		課題抽出	アイデア提案	
企画	見せ方が不十分	二人に集中しすぎている “見てもらう”に集中してほしい	← テーマを明確化	CMみたいに描く もっと「公共」っぽさがほしい 絵のテーマを設定する
	参加方法が不十分	参加型にできないか 子どもの参加が難しい	← テーマ募集	テーマを募集する
準備段階				
本番			内容のブラッシュアップ	作品をくり抜いて、顔をはめて記念写真を撮れるようにする はたさんみたいなワークショップにする 子どもが主役になれるにする 見るだけ、から人を巻き込むプログラムにする フェイスまたはボディペインティング(大人と子ども)をする 塩見さんと違うニューフェイスと組む
継続 (終了後)	まちの活用が不十分	公共空間の使い方(ここでも描けるよ!)を広める	← まちの使いこなし	公共空間のフリースペースを常につくる(誰もが絵が描ける) パブリックな“街”の作品として展示する

似顔絵ストリート

		課題抽出	アイデア提案	
企画	公募期間が短い	いつでも作家公募できるようにしたい	← 公募期間の長い設定	作家公募の期間を長く設定する
	運営体制が不明確	デザイン学校生徒との関係性がわかりづらい 学校の巻き込み方が不明確 プロとアマが混在している 事前のコンセプトを共有する必要がある お金の扱いが難しい		
	集客方法が不十分	集客方法を考える必要がある 参加アーティストの市外への告知が必要		
準備段階	人員不足	人手不足になっている		
	連絡体制が不十分	連絡体制が不十分 ブログに作家さんのデータを送ってほしい		
本番	人員不足	スタッフ不足	← ランクを明確にする	作家の格付け
	価格設定が不明確	商品券との引き換え 価格を入札制に		
	開催時間が短い	時間をもっと長くしてほしい		
継続 (終了後)			企画のブラッシュアップ	巨大似顔絵 親子似顔絵 祖父母に送れるようポストカードサイズ 子どもの似顔絵コーナー 成長記録的似顔絵
			作品活用	市長の名刺に使用する(学生コンペとして) 松坂屋の店員の名札に使用する

広報

		課題抽出	アイデア提案	
企画	事前発信が弱い	もっと早く企画がつかまればいい	← ツール・ロゴ開発	発信しやすいツール+ロゴをつくる
		発信が弱い 事前にパンフレットをもっと配りたい パンフレットを早くつくりたい ネーミングが弱い ブランディングできていない マスコミとの付き合いが薄い	← マスコミ利用 ← ネットワークを広げる	マスコミ巻き込みたい 大人同士のネットワークを広げる
			企画のブラッシュアップ	企画・他イベントとのコラボ(高槻バルとチョコレート) 高槻を知る子どもWSをつくる 食バルさんとのコラボ・店長の似顔絵 ロゴを公募する
準備段階	広報資料入手が困難	パンフレット二段構えで 写真が欲しい もっと協力してほしい		
本番	会場案内が少ない	スポット案内所がない ガイド・案内人が欲しい インフォメーションにはりつけがなかった	← 子どもによる案内	子ども用案内ツアー 子どもガイド(キザニアみたい) 子ども手作り新聞
	人員不足	人手不足	← HP作成 ← 専属スタッフ	HPが欲しい 固定有給スタッフ
	はにたんの運営が不十分	JRではにたん待機所が必要 はにたんの人手不足 はにたんスケジュールが不明確		
継続 (終了後)	アートでの振興が不十分	アート間との繋がりがなくなる	← 作家育成 ← 作家のメリットアピール	高槻発の作家を育てる 仕事に繋がるメリットのアピール

3班
パラパラ漫画甲子園

課題抽出		アイデア提案	
企画	参加者不十分 参加者を増やす！（中学生） 小学生が入っていない	← 公募 ← 賞品を設ける	一般公募する 賞品でやる気UP！
準備段階	アピールが不十分 多くの市民に見て頂く！！	← プロの審査員起用 ← HP活用	審査員にプロのアーティスト(大人)を呼ぶ 審査員=プロ→企画の格が上がる HP審査
本番	アピールが不十分 多くの市民に見て頂く！！	← プロ審査員の講評 ← 会場整備 ← TV放映を視聴者多い時間帯にする	プロによる総括感想 会場の場としてもっと整える 番組を19時以降23時くらいで
継続 (終了後)	開催後のフォローが不十分 開催中の裏話を披露したい(いい話があるので)	← プロセス期間の物語作成 ← 作品の展示	企画中の物語をつくる 作品の披露の場を設ける(アート博後も・・・)

センター街企画(今年は1000本くじを実施)

課題抽出		アイデア提案	
企画	主催者との協働が不十分 企画段階から一緒に考える 商店街メリットを一緒に考える モチベーションがあがるようにする	← 企画のブラッシュアップ ← 広報活用	アートの要素と子どもを含める スタンプラリーとレシートを絡めて実施する センター街協賛を集める チケット制度を取り入れる センター街が実施している旨をアピールする
準備段階			
本番			
継続 (終了後)			

協賛

課題抽出		アイデア提案	
企画	企業メリットが不明確 協賛企業が納得できる事業・企画が必要	← メリットの再確認と創出 ← ブランディング	子どもたちからのお礼の巴紙・寄せ書きを企業にプレゼント 協賛企業によりメリットを明確にする 企業参加型イベントを増やす コマーシャル参加(パラパラ漫画甲子園)する もっと企業が乗るアイデアをつくる うらやましがられるスキームづくり 協賛ノフンディングをつくる(言いカ次第で企業に元礼込め) 冊子を作る(記録集・営業資料になるもの)
	継続性が弱い 継続的でない協賛システムになっている 恒久的に継続できる財源をつくる必要がある		
準備段階	広報が弱い 宣伝できる環境がない		
本番			
継続 (終了後)	コミュニケーションが薄い (企業と企画担当の)日頃から関係性を作っておく 企画者の顔が企業に見えている関係	← 飲みにケーション	飲みに行く(仲良くなる)