

平成31年度
 劇場・音楽堂等機能強化推進事業
 (地域の中核劇場・音楽堂等活性化事業)
 成果報告書

団 体 名	一般財団法人松本市芸術文化振興財団	
施 設 名	まつもと市民芸術館	
助 成 対 象 活 動 名	公演事業	
内定額(総額)	29,282	(千円)
公演事業	29,282	(千円)
人材養成事業	0	(千円)
普及啓発事業	0	(千円)

1. 事業概要

(1) 平成31年度実施事業一覧【公演事業】

番号	事業名	主な実施日程	概要 (演目、主な出演者、スタッフ等)	入場者・参加者数	
		主な実施会場		目標値	実績値
1	K. テンペスト 2019	2019年5月 16~19日、22~26日	作：W.シェイクスピア 演出・潤色・美術：串田和美／出演：串田和美、藤木孝、大森博史、松村武ほか	目標値	1,456
		まつもと市民芸術館 特設会場ほか		実績値	1,687
2	空中キャバレー2019	2019年7月19~28日	構成・演出：串田和美、音楽：coba サーカスアドバイザー：ジュロ／キャスト：大森博史、秋本奈緒美／ミュージシャン：coba、大熊ワタル、花島英三郎 サーカスパフォーマー：ジュロ、マツト、金井ケイスケ／ゲスト：石丸幹二／チャラン・ポ・ランタン／安蘭けい／下田昌克ほか	目標値	2,520
		まつもと市民芸術館 特設会場		実績値	3,590
3	TC アルププロジェクト Phase2・Vol2	2019年11月29日~ 12月1日	作：Eoghan Quinn 演出：森新太郎／ 出演：TC アルプ	目標値	351
		まつもと市民芸術館小ホール		実績値	603
				目標値	
				実績値	
				目標値	
				実績値	
				目標値	
				実績値	
				目標値	
				実績値	
				目標値	
				実績値	

2. 自己評価

(1) 妥当性

自己評価																			
<p>社会的役割（ミッション）や地域の特性等に基づき、事業が適切に組み立てられ、当初の予定通りに事業が進められていたか。</p>																			
<p>まつもと市民芸術館の31年度の重点的な取り組み（E1）と芸術監督の指針のもと、クリエイションを実施した。 <u>事業番号1『K. テンペスト』</u>：3演目の2019年は初の東京公演を行った。また6月にはセルビア、ルーマニアでも上演し、地方から海外へのダイレクトな文化発信を行った。今までの実績と東京公演により関東からの集客が減ることを鑑み、松本公演を前回より1回減らし5回とし、東京公演を6回行った。 <u>事業番号2『空中キャバレー』</u>：夏の風物詩ともなっている作品。松本市は芸術文化振興基本方針（E2）で「多様な文化芸術に気軽に触れ、ワクワク・ドキドキが生きがいと新たなうねりにつながるまちづくり、人づくり」を目指している。市民と協働で作られ出される劇場内のマルシェは業種が重ならないように選考の上、14店舗（E3）がオリジナル作品などで参加した。その他市内でも協力店舗（E4）が「街中キャバレー」で盛り上げた。 <u>事業番号3 TC アルププロジェクト</u>：まつもと市民芸術館を拠点として活動する TC アルプの定期的な公演は、松本市芸術文化振興基本方針 2・分野方針Ⅲ（E2）にあるように文化の発信としては必須である人材養成、確保に寄与した。</p>																			
<p>助成に値する文化的、社会的、経済的意義等が継続して認められるか。</p>																			
<p><u>事業番号1『K. テンペスト 2019』</u>：松本でクリエイションし、東京や海外で上演し、文化の街松本というブランディングイメージを高めた。（E5） また串田演出作品は毎年中学1、2年生を対象に、貸し切り公演を継続して行っている。安価（2,000円）で貸し切り公演が実施できるのも助成金あってこそである。終演後出演者と中学生のトークも行っており、新鮮な感想を聞くことは作り手側にも新しい発見をもたらす。（E6 感想アンケート・幕があがる）</p> <p><u>事業番号2『空中キャバレー2019』</u>：来場者の53%が県外者である。（下表参照）フェスティバル化を目指し、同時期にナンバーバル作品の上演も行い、セット券の販売も行った（100セット限定・完売）。複数公演を見るためには宿泊等も発生するので、街への経済波及にも貢献している。</p> <p><u>事業番号3『TC アルププロジェクト』</u>：定期的に行っているプロジェクトにより、TC アルプの認知度もあがり、長野県や、他劇場からも上演を求められるようになった。（E7 幕が上がる）</p> <p>『空中キャバレー』アンケート(居住地)</p> <table border="1"> <tbody> <tr> <td>松本市内</td> <td>20%</td> </tr> <tr> <td>長野県内(松本市を除く)</td> <td>27%</td> </tr> <tr> <td>関東</td> <td>39%</td> </tr> <tr> <td>中部</td> <td>9%</td> </tr> <tr> <td>北陸</td> <td>2%</td> </tr> <tr> <td>東北</td> <td>2%</td> </tr> <tr> <td>九州</td> <td>2%</td> </tr> <tr> <td>合計</td> <td>100%</td> </tr> </tbody> </table> <table border="1"> <tbody> <tr> <td>県外者</td> <td>53%</td> </tr> </tbody> </table>		松本市内	20%	長野県内(松本市を除く)	27%	関東	39%	中部	9%	北陸	2%	東北	2%	九州	2%	合計	100%	県外者	53%
松本市内	20%																		
長野県内(松本市を除く)	27%																		
関東	39%																		
中部	9%																		
北陸	2%																		
東北	2%																		
九州	2%																		
合計	100%																		
県外者	53%																		

(2) 有効性

自己評価

目標を達成したか。

目標

1. 継続的な創造発信活動の実施

まつもと市民芸術館では年に3,4本のクリエイション事業を行っている。芸術監督串田和美のレパートリー作品『K. テンペスト』を東京と海外(セルビア、ルーマニア)で上演し、松本発の文化発信を行った。また偶数年の夏には『信州まつもと大歌舞伎』、奇数年の夏は『空中キャバレー』。いずれも5回以上(10年)継続している。また地域の人材を活用したTCアルププロジェクトも年1~2本の上演を継続している。

2. 市民参画事業の実施及び来訪者促進による経済活性

『空中キャバレー』は演出の一部ともなっている会場内マルシェには公募により地域のアーティストや店舗が出店し、オリジナル作品等を考案し、キャストとともに公演を盛り上げた。BARの街と称される松本ならではの企画として、市内12のBARで期間中『空中キャバレー』オリジナルカクテルを提供した。(E8 Bar一覧)また「街中キャバレー」と題して市内12店舗が期間中オリジナルメニューを作り、観覧者が市内へ繰り出す仕掛けを作った。

3. 地産地消の創造発信事業の実施

芸術監督串田和美に師事し、松本に移住してきた俳優を中心に構成された演劇集団TCアルプは地域での活動12年目を迎えた。彼らを中心に活動を継続し、今回はゲスト俳優を招かず上演を行い、動員数を増やした。

指標

事業番号1『K. テンペスト 2019』の収入増加

松本公演チケット販売数700枚を目指したが、673枚とわずかに目標を下回った。(E9 興行成績)しかし前回より公演数が1回少なかったため、収益率は向上した。

事業番号2『空中キャバレー』の県外来場者の増加

来場者は前回3,485名のところ、今回は3,590名と増加した。(E10 興行成績)劇場の特性を生かし、他の空間では不可能な作品づくりのため、松本限定上演の作品である。そのため県外から誘客し、街と連携して盛り上げた。同時期に市内でノンバーバル2作品を上演した。うち1つの現代サーカス集団ながめくらしつ『距離の呼吸』は、松本のためにクリエイションした初上演作品であったこともあり、県外来場者は、目標30%を大きく上回る53%となった。(前出アンケート参照)県外でのチラシ折り込みに重点を置いたこと、SNSや過去4回の来場者の口コミなどにより、松本でしか見ることのできない公演ということが浸透した結果と考える。

事業番号3『TCアルププロジェクト』

人形を使用した子供にも楽しめる作品であることをアピールするイベント(松本市民祭、パルコインスタ映えウォール、雑誌イクジィ連携)を行った。(写真参照)動員は603名と目標を大幅に上回った。(E11 興行成績)



<パルコインスタ映えウォール>



<松本市民祭>

(3) 効率性

自己評価

アウトプットに対して、事業期間が適切で、当初の計画通りに進んだか。

アウトプットに対して、事業費が適切で、当初の計画通りに進んだか。

・事業番号1『K.テンペスト』

ほぼ当初の予定通り、進行できた。松本公演では前回の入場者数を鑑み、公演数を1回減らした。1回減ではあったが、有料入場者数は前回とほぼ変わらなかったため、収支効率は向上させることができた。当初東京公演の一般価格は6,500円、松本公演は5,500円と差をつけていたが、料金を合わせた。より若い層に見てもらおうと考え、当初U25を3,500円にしていたが、U25を3,000円に、U18を2,000円に設定した。そのため収入は当初予定より1約10万円減少したが、支出を見直し約750万削減することでカバーした。

・事業番号2『空中キャバレー』

5回目を記念してゲストを日替わりにした。そのことで出演費、衣裳費、交通費、宿泊費等の支出が増加。当初予算より約300万超過した。しかし複数回鑑賞する観客も多く、入場料収入は当初の目論見より約500万円増加したことで収支のバランスをとった。

・事業番号3『TCアルププロジェクト』

公演においては、当初3回予定のところ4回に増やした。より地域に根付かせるため、出演者の経験値を増やすためのクリエイションにするためである。

劇団員の増加や劇団単独での自主公演・巡回公演の実施等、活動が広がり、集客を見込めたこと、地域外からのゲストを検討していたが、前述の理由等により出演者を劇団員のみ絞り込んだため、旅費や出演料の削減できた。

以上により、収入は約60万円増加した。支出に関しては、許諾の問題で当初予定していた作品変更を余儀なくされた。その後決定した作品が人形を操作しながら俳優が演技をするという特殊な戯曲であった。出演者が演じる人形は俳優自らが製作した。一体となって操作する俳優も見せることにはなるが、人形が生きているように見せることも必要なため、衣裳は作業着に類したものとなり、ヘアメイクもほぼしなかった。そのため、ヘアメイク、衣裳予算、舞台費が大幅な削減となった。

総合的な事業費については、要望書に対し収入が約30%増加、支出（助成対象経費）が約6%削減できた。

(4) 創造性

自己評価

地域の文化拠点としての機能を最大限に発揮する優れた事業であった（と認められる）か。

まつもと市民芸術館の文化拠点としての資源

(1) 芸術監督

クリエイションは芸術監督である串田和美の指針のもと行われた。串田は、自由劇場を立ち上げ、シアターコクーンの前代芸術監督を務めた日本を代表する演出家である。2003年以降松本で活動を始め、「信州まつもと大歌舞伎」では、歌舞伎の舞台に市民キャストを起用し、「空中キャバレー」では、芸術館の建物でなければならないエンターテインメントを市民と一体になり、地域密着の作品を作り続けている。2016年からは、長野県芸術監督団（演劇）や信濃毎日新聞メディアガーデン企画プロデューサーも務め、市内にとどまらず、また官民を超えて活動をしている。まつもと市民芸術館もその活動により2016年地域創造大賞を受賞した。

- ・串田和美受賞実績：2007年第14回読売演劇大賞最優秀演出賞受賞。08年紫綬褒章、13年に旭日小綬章。15年シビウ・ウォーク・オブ・フェイム。(E12 串田和美プロフィール)

(2) 関連団体

■TC アルプ：松本に移住し、まつもと市民芸術館を拠点として活動している演劇集団。毎年1、2本彼らを中心としたTCアルププロジェクトを上演している。串田和美はもとより白井晃、小川絵梨子、森新太郎などの演出家を招き、クリエイションを行っている。2018年には朝日新聞の「地域の劇場をたどって」(E13)にも取り上げられ、県内外からも上演のオファーがあり、知名度とともに松本発の文化発信を行っている。

■まつもと市民芸術館ボランティアの会：自主事業のロビー運営は外部に委託せず、ボランティアの会が行っている。ボランティアは、現在65名。プロの指導による研修会、他館の視察やボランティアとの交流(31年度は東海市芸術劇場)をし、職員とともに消防訓練にも参加し、研鑽を積んでいる。(E14 ボランティア事業報告)

■松本バーテンダー協会

事業番号2『空中キャバレー』においては、例年まつもとバーテンダー協会に協力を仰いでいる。この演目のオリジナルの「空中カクテル」を作ってもらい、上演中はそのレシピで12のバーがメニューに加えた。(前出E8)

企画内容、芸術性

(1) 企画の特色と芸術性

芸術監督串田和美の特徴の一つに、再演により作品を熟成させることがある。初演をなぞる再演ではなく、さらに発展させ、衣裳や舞台美術だけでなく脚本もまた再構築する。『K. テンペスト』も3演目を迎え、音楽もセットも一新し、海外公演へとつなげた。

(2) 情報の整理、蓄積、提供、発信

HPに過去公演をアーカイブ化している。フェイスブック、インスタグラムなども行っているが、年3回発行している広報誌(E15)(各回8,000部発行)は単なる劇場の宣伝という枠を超えた文化雑誌として高く評価を得ている。今後はそのWeb化を進めていくことを計画している。

自己評価

地域の実演芸術等の振興など、地域の文化芸術の発展につながっていた（と認められる）か。

まつもと市民芸術館では、松本から国内外へのダイレクトな文化発信とともに松本限定公演、松本に来なければ観られない公演にも力を入れている。『空中キャバレー』がまさにこの例である。松本は祭りが多く、氏子気質が強いので、おもてなしの心を持つ市民の多くにボランティアの精神がある。自らが観劇しなくてもボランティアとして人のために尽くすという長い歴史を持っている。このことがまさに文化芸術を支え、発展させてきた。マルシェや市民キャストへの参加にも意欲的な市民が多く、一方的に享受するだけでなく、参加し、自らが発信する。

当館は、市民はもちろん地域外からも事業評価を得られており、当館で創造した作品を観るために地域を訪れる層も一定に存在している。

地域飲食店とのコラボレーションについては、別事業にて同様の企画をした際に、協力を得た際に飲食店側より、街の人足が減る冬季を盛り上げるという趣旨が一致し企画の提案を受けた。単発的な繋がりではなく長期的な繋がりを得ることで、劇場と街が繋がり、そして人へと繋がっていくことに、文化芸術が一つのかけ橋になりえる。以上により、本事業が文化芸術による地域活性に寄与しているといえる。

(5) 持続性

自己評価

事業を通じて組織活動が持続的に発展した（と認められる）か。

□人材

松本市 100%出資の一般財団法人松本市芸術文化振興財団が運営をしている。同財団は、芸術館のほかに 4 つの劇場・美術館を運営しているが、人事異動は過去 1 回のみである。労働基準法の改訂に伴い、雇用期間の上限が廃止されたので、職員の長期的なビジョン形成とクオリティの向上のため、5 年以上勤続する嘱託職員を本人の承諾を得て、無期労働契約へと転化させている。そのため今後は財団内の異動も行われ、各館のスキルの向上が期待できる。

現在の人員配置は、芸術監督 1 名、支配人 1 名、事務長 1 名、プロデューサー 1 名、施設管理 1 名、貸館 5 名、広報 1 名、票券 1 名、企画制作 4 名、舞台技術 7 名である。(E16 組織図)

職員のコンプライアンス、コスト意識の向上を図るため、各種研修を実施している。

臨時職員及び契約職員については、財団嘱託職員としての雇用転化を個人の能力や実績に応じて適宜行っている。

* ボランティア組織に関しては、創造性のページを参照のこと。

□財務

過去 3 年間は、安定して推移している。(E17 過去 3 年の推移・2019 年度は現在決算作業中) 市からの 1 億円の事業費と貸館収入と助成金で事業を行っている。

大規模な興行作品は、地域のプロモーター、メディアと共催する。共催の条件として一定比率の座席と位置のチケットを確保し販売することで、手数料と会員へのサービスとし、収入確保に努めている。

□ネットワーク

・ 劇場音楽堂連携協議会などに参加し、各館の制作状況を把握し、ネットワーク構築に努めている。

・ 信州大学人文学部とは定期的に連携事業を行っている。2019 年度は 10 月にインドネシア舞踊のワークショップを行った。また観光ホスピタリティ課のある松本大学とは文化を観光業に生かしてもらおうべく、稽古の視察など演劇に触れる機会を設けている。いずれも単発のきらいがあるので、今後は回数を増やしていき、連携を深めていく必要があると考えている。

□施設

開館後 15 年を経て、松本市から既存の管理費とは別途に予算を獲得し、平成 30 年度に実施した主ホール大規模改修工事に続き小ホールも 2020 年 1 月より大規模修繕工事を施行する。(E18 一財松本市芸術文化振興財団事業計画書 P17 4)