

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	有限会社アクティブ・プロ・株式会社 JTB 松江支店共同事業体	
施 設 名	安来市総合文化ホール アルテピア	
助 成 対 象 活 動 名	公演事業	
内定額(総額)	3,863	(千円)
公演事業	3,863	(千円)
人材養成事業	0	(千円)
普及啓発事業	0	(千円)

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>【ミッション】【ビジョン】</p> <p>自館のミッションである「楽しめる交流拠点」を確立するため、コンサート開催と同時に出演者にアウトリーチの実施を依頼し、実現させた。これにより、文化活動の種を掘り起こし、新しい芸術文化の目を育むことができた。</p>
<p>【地域の特性・ニーズ】</p> <p>自館は、建築前の2014年～2017年にかけて、市民参画による検討会によって、新設劇場への期待が取りまとめられた。検討会の中でニーズとして明確となったのは、「地域文化（伝統）の定着・継承」「新たな創造活動」「多様な文化との接触」の3本である。以下の通り、この3本柱に沿って事業は企画運営された。</p> <p>「地域文化（伝統）の定着・継承」として、地域の基幹産業である「ヤスキハガネ」をモチーフに事業を組み立てた。産業から発想して文化芸術事業を創る試みは、当地で高く評価されている。</p> <p>また、「新たな創造活動」として、当地には存在しなかった「スティールパン」のジュニアオーケストラを新設した。自館を象徴する楽器として「スティールパン」を選択したのは、鉄の街である当地のイメージを定着できること、更に「20世紀最後にして最大のアコースティック楽器発明」と言われる新しい楽器と新設劇場の親和性が高いと判断した。</p> <p>最後に、「多様な文化との接触」として、ポーランド、イタリア、トリニダード・トバゴ、ラトビア、中国、コートジボワール、日本と7ヶ国の伝統文化・音楽に触れる機会を創出した。市民から、普段聴くことができない世界の音楽を生で聴くことへの感動の声が多く届いている。</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>【広報活動】</p> <p>助成により、VI（ロゴマーク）の作成、プロモーションビデオ展開、シリーズパンフレット作成が可能となった。その活動が高く評価され、山陰広告賞（山陰広告協会主催）複合の部において銀賞を受賞した。</p> <p>また、各国から参加したアーティストは当地の風土に触れ、当事業のコンセプトに共感し、帰国後、SNSなどで発信し続けてくれている。世界的に周知することが可能となった。</p>
<p>【教育機関、福祉施設との連携】</p> <p>公演の出演者を地元の小学校2校と介護老人保健施設に派遣し、ミニコンサートを行った。</p> <p>教育機関とは密に連携がとれており、校長会でアウトリーチ内容を直接説明したところ、授業で鉄（伝統文化である「たたら製鉄」）を研究している小学校から強い要望があり、子どもたちの学びと連動したアウトリーチメニューを実施できた。</p> <p>また、施設では中国から招へいした二胡奏者 Guo Gan の演奏を高齢者が楽しんだ。自力で劇場まで足を運べない層に文化芸術を届けることができた。</p>

(2) 有効性

自己評価

目標を達成したか。

【『HAGANE MUSIC』認知度アップについて】

観客アンケート結果は以下の通りで、目標は達成せず、かつ、前年度（平成 30 年度）よりも当事業を知っている人の率は下がった。

平成 30 年度実績 53.2% → 平成 31 年度目標 70% → 平成 31 年度実績 49%

しかしながら、アンケートのクロス集計をおこなうと以下の結果であった。

ハガネミュージック シリーズについて	事業を知っている人 (観客全体の 49.0%)	事業を知らない人 (観客全体の 49.2%)
初めて見た	18.8%	93.9%
見たのは 4 回目以上	33.1%	0.0%
年代 50 代	23.0%	18.2%
60 代	26.3%	25.0%
70 代以上	19.1%	33.3%

つまり、新規の観客を発掘すればする程、観客アンケート結果では「事業を知らない人」が増えるため、目標達成が難しくなる。とはいえ、多くの市民に当事業を知っていただくため、事業認知度アップの目標設定は継続していかなければならない。

観客の年代別の「事業を知っている」or「知らない」率を確認すると、どの年代も同じぐらいの率だが、唯一、70 代以上において、事業を知らない率が大きく上がっている。70 代以上がよく目にする、地方紙やケーブルテレビにおいて、事業を取り上げてもらえるアピールをしていきたい。

【『HAGANE MUSIC』入場者数・参加者数について】

以下の通り、年々、上がってきている。

	公演		アウトリーチ		合計人数
	回数	入場者数	回数	参加者数	
平成 30 年度	5 公演	575 人	3 回	250 人	825 人
平成 31 年度	4 公演	745 人	3 回	208 人	953 人

公演回数は、平成 30 年度に 5 公演行ったが、当館の年間稼働率を考えると 4 公演が適切と感じている。公演ではなく、アウトリーチを増やすことで入場者数・参加者数を増やし、『HAGANE MUSIC』事業を盛り上げていきたい。

(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。

「入場者数」「入場率」「収益率」全て目標達成に至らなかった。具体的な数値は以下の表の通りである。しかしながら、平成 30 年度の実績に比べると全ての項目で大きく改善が図られているため、過去実績に対して、目標設定が高過ぎたとも言える。今後、目標設定は、前年度実績を重視して検討する。

	入場者数	入場率	収益率
平成 30 年度実績	575 人	44.0%	12.5%
平成 31 年度目標	960 人	80.0%	18.9%
平成 31 年度実績	745 人	71.4%	17.2%

入場率に関しては、目標設定時観客席数を 300 席にしていたが、実際に観客席に設定できたのは 261 席であった。

公演名	入場者数		入場率		収益率	
	目標	実績	目標	実績	目標	実績
①ヤヌシュ・プルシノフスキ・コンパニヤ コンサート	221 人	169 人	73.7%	64.8%	19.3%	20.5%
②PAN NOTE MAGIC & ヤコポ・ベッタレロ	297 人	188 人	99.0%	72.0%	17.8%	10.1%
③Auli コンサート	221 人	200 人	73.7%	76.6%	19.3%	15.8%
④Guo Gan & Aly Keita	221 人	188 人	73.7%	72.0%	19.3%	22.4%
合計	960 人	745 人	80.0%	71.4%	18.9%	17.2%

本事業中の①～④公演別の「入場者数」「入場率」「収益率」は、上記の表の通りである。

①ヤヌシュ・プルシノフスキ・コンパニヤコンサートと④Guo Gan & Aly Keitaについては、「収益率」は目標達成だが、「入場者数」「入場率」は達成に至らなかった。達成に至らなかった理由としては、平成 30 年度の同事業において、海外アーティストの場合、入場者数は 87～128 人であったにもかかわらず、目標を 221 人と高く設定し過ぎたためである。

②PAN NOTE MAGIC & ヤコポ・ベッタレロについては、「入場者数」「入場率」「収益率」全てにおいて目標達成に至らなかった。しかしながら、「入場者数」「入場率」については、前年の 172 人よりは増えている。「収益率」に関しては、この公演のみ 2 団体を招へいして公演を行う計画であったにも係わらず、他公演とあまり変わらない数値に目標設定した為である。目標設定が適切ではなかった。

③Auli コンサートは、「入場率」は目標達成した。「入者数」は達成に至らなかったが、前述の通り、前年度の海外アーティストの入場者数は 87～128 人であるため、入場者数 200 人は大健闘である。「収益率」は、広報費の支出が計画より増えた為、目標達成に至らなかった。

(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。

当事業の柱である「スティールパン」の演奏団体として、「PAN NOTE MAGIC」と昨年度から連携している。「PAN NOTE MAGIC」は、2005年に結成されたスティールパンバンド。2008年、スティールパンのバンドとしては初にして唯一の東京都公認ヘブンアーティストに認定。同年、韓国ソウルに招待されるほか、海外でも活動を展開。2012年9月には待望のメジャーデビューアルバム「Magic Hour」をリリース。メンバーは日本国内外のあらゆるコンクールで優勝をはたす実力派ぞろい。日本で唯一、本場トリニダード・トバゴ共和国に渡り40日間研鑽を積んだ、クオリティーの高い音楽とステージパフォーマンスは、国内外で評価されており、スティールパン界のレジェンドRay Holman氏は、「PAN NOTE MAGICは日本とトリニダードを結ぶスティールパン大使である」と最大の賛辞を贈っている。現在は、スティールパンの魅力をより多くの人に伝える為に、様々なミュージックシーンで活動中である。

また、当事業の魅力を知り、講談師の「玉田玉秀齋」と昨年度から連携し、コンサートのナビゲーター解説を実施している。「玉田玉秀齋」は、2001年11月、旭堂小南陵（現・四代目南陵）に入門。ブラジルにてポルトガル語講談、アメリカ・ボストンにて英語講談、上海にて中国語講談など各国で講談を行う。またジャズ講談など音楽とのコラボレーションも大好評。2016年11月、四代目玉田玉秀齋を襲名し現在に至る。

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。

【ジュニアオーケストラ新設】

当事業は、鑑賞だけでなく、スティールパンのジュニアオーケストラ新設につなげていく構想である。当館は、ハガネの街といわれる安来市に立地していることに因み、日本では珍しいスティールパンのジュニアオーケストラを当館で新設し、音楽を通して、子どもたちの感性や創造性を豊かに育む。将来は、当地を代表する楽団として、市内外での交流を行い、地域活性化を担うことも目標とする。具体的な計画は以下の通りである。

1年目（平成31年度）指導者育成

- ①スティールパン10個収集（安来市所有、寄贈）
- ②指導者募集：豊富な音楽経験を持つ、ひたちやすぎ吹奏楽前団長を主メンバーとした
5名に決定
- ③指導者講習会：令和元年10月30日（水）～令和2年3月25日（水）計18回
講師：パンノートマジック

2年目（令和2年度）ジュニアオーケストラ設立予定

- ①オーケストラメンバー募集
- ②スティールパン練習会実施
- ③お披露目会（ミニコンサート実施）

3年目（令和3年度）ジュニアオーケストラ コンサート

4年目（令和4年度）ジュニアオーケストラ 県外公演

5年目（令和5年度）ジュニアオーケストラ 海外公演

【アウトリーチ】

事業の出演者にはアウトリーチを依頼し、当地の関係者と連携をとりながら、以下の通り3回実現している。

①PAN NOTE MAGIC アウトリーチ

実施日時：令和元年8月30日（金）11：10～12：10

会場：安来中央交流センター音楽室

対象：安来市立十神小学校4～5年生100人

連携先：安来市教育委員会、安来市校長会、安来市立十神小学校

成果：今回の対象校は、安来市内の小学校に公募した結果、「鉄についての授業」を行っていた十神小学校に決定。夏休み明けの最初の週ということもありスケジュールの調整や開催場所についての懸念があったが、十神小学校に積極的にご協力いただき、大きな問題もなく開催できた。演奏楽器やその歴史背景などに興味を持つ児童が多かったことが印象的だった。この模様は、山陰放送テレビのニュースや日本海新聞などでも取り上げられ、広く周知できた。

②Jacopo Bettarello アウトリーチ

実施日時：令和元年8月30日（金）14：05～14：50

会場：安来市立母里小学校体育館

対象：安来市立母里小学校全校生徒78人

連携先：安来市教育委員会、安来市校長会、安来市立母里小学校

成果：真夏の体育館での開催であったが、全ての扉を開放する等、暑さ対策を十分に行うことができた。音楽の魅力だけでなく、イタリアの文化や歴史、言語など幅広い公演内容は、低学年でも飽きさせることのない充実した45分間だった。

③Guo Gan & Aly Keita アウトリーチ

実施日時：令和元年12月13日（金）14：00～14：30

会場：介護老人保健施設昌寿苑

対象：介護老人保健施設昌寿苑利用者30人

連携先：安来市福祉課、介護老人保健施設昌寿苑

成果：自館にとって、包括的ケアサービス施設でのアウトリーチは初めてであったが、参加者はGuo Ganの二胡の演奏を十分に楽しんでいた。音響機器の設置やステージ設営などについては、施設側に積極的に協力いただき実施できた。今回の様に、劇場への来館が困難な市民にプロの演奏に触れていただく機会を提供することは文化ホールの重要な役目であると感じた。

(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。

【人材面】

★雇用について

自館に勤務するスタッフは、JV(ジョイントベンチャー)の構成会社(有限会社アクティブ・プロおよび株式会社 JTB 松江支店)から配置。雇用内容については、それぞれの構成会社に準ずるが専門人材を育てるため長期的な人材配置を実行。また構成会社が得意とする分野を受け持ち、主に文化事業を JTB、貸館や施設管理(舞台を含む)をアクティブ・プロが担当。毎年開催される公文協のアートマネジメント研修(東京および地方開催)等の研修会には、ローテーションを組み、全スタッフが参加し、スキルアップに努めている。

★ボランティア(ナビゲート会員)

自主事業において、資料作成や当日の会場整理などを担当。また消防署等と連携して開催する避難訓練にも積極的に参加いただき、緊急時の対応方についての共有を行っている。

平成 30 年度(初年度)103 人→平成 31 年度 125 人

【財務面】

★収入に向けた戦略

開館から 2 年目の実績の少ないホールではあるが、JV の各構成会社のネットワークを活用して、地元マスメディアや地元イベント会社等との共催事業を行い、効率的な事業運営を図っている。自主事業では、オリジナルの物販を企画し(喫茶コーナーとのコラボ含む)、イベントと連携した収入を実践している。

【各方面とのネットワーク】

★友の会 (パートナーズクラブ会員)

会費無料で、1 年に 6 回以上の DM 発信やイベントの優待などを行っている。

平成 30 年度(初年度)954 人→平成 31 年度 1, 234 人

★地元高等学校

安来市および島根県立安来高等学校(吹奏楽部)と協働で、キャリア教育のワークショップを行い、地域での音楽文化に対する課題の調査と改善に取り組んだ。

調査内容は以下の 4 つである。①当館で行われる演奏会のアンケートデータ分析、②交流センター(近隣施設)で行われる音楽イベントについての調査、③安来市の高校生への演奏会に対する意識調査、④安来市内中高吹奏楽部員と顧問への当館利用に関する意識調査。

課題解決のひとつとして、令和 2 年 1 月に市民と触れあう「音楽」をテーマにしたイベントを島根県立安来高等学校の主催のもと自館で開催し、多くの来場者・参加者があった。