令和７年度
劇場・音楽堂等機能強化推進事業
成果報告書／事後評価書
①（基礎データ・公演事業の実績値等）

共同制作支援事業	
事業名 （公演名）	2025年度 全国共同制作オペラ　歌劇「愛の妙薬」
代表団体名	公益財団法人東京都歴史文化財団
劇場・音楽堂 等の名称	東京芸術劇場 フェニーチェ堺（堺市民芸術文化ホール） ロームシアター京都
実演芸術団体 等の名称	ザ・オペラ・バンド 大阪交響楽団 京都市交響楽団
内定額	36,715　（千円）

（1）〔基礎データ〕

※ 交付申請書から転記してください。令和7年度について見込み等の暫定値だったものは、確定した数値を記入してください。

※ 実施中止分を含まない実績値を記入してください。

【1. 公演に関する数値目標】

入場者数計	3,836	入場者率（%）	82.4%		収益率（%）	46.3%
会場名①		会場状況・施設形式等	会場の定員数	設定席数	公演回数	補足事項
東京芸術劇場 コンサートホール		コンサートホール	1999	1468	1	座席撤去、見切れ等
入場者数	1,174	入場者率（%）	80.0%			
会場名②		会場状況・施設形式等	会場の定員数	設定席数	公演回数	補足事項
フェニーチェ堺 大ホール		プロセニアム	1818	1674	1	ピット使用、見切れ等
入場者数	1,339	入場者率（%）	80.0%			
会場名③		会場状況・施設形式等	会場の定員数	設定席数	公演回数	補足事項
ロームシアター京都 メインホール		シアター	2005	1516	1	ピット使用、見切れ等
入場者数	1,323	入場者率（%）	87.3%			
会場名④		会場状況・施設形式等	会場の定員数	設定席数	公演回数	補足事項
入場者数		入場者率（%）				
会場名⑤		会場状況・施設形式等	会場の定員数	設定席数	公演回数	補足事項
入場者数		入場者率（%）				
会場名⑥		会場状況・施設形式等	会場の定員数	設定席数	公演回数	補足事項
入場者数		入場者率（%）				
会場名⑦		会場状況・施設形式等	会場の定員数	設定席数	公演回数	補足事項
入場者数		入場者率（%）				

備考	

（2）助成対象事業（公演）における実績値 及び 評価項目「創造性・企画性」に関する評価指標・目標（値）・実績（値）

- 助成対象事業（公演）について、実施会場ごとに目標（値）と実績（値）を記入してください。
- 入場者数・入場者率（目標値）は**「交付申請書」**から転記してください。
- 有料入場者数・有料入場者率（目標値）および評価指標・目標（値）は**「評価補助シート」**から転記してください。

※有料入場者率（%）の計算方法＝**有料入場者数÷公演の設定席数（実績値）合計×100**

	会場名		入場者数	入場者率	評価指標	目標（値）	実績（値）
1	東京芸術劇場 コンサートホール	目標値	1,174	80.7%	顧客満足度	アンケートの5段階評価で上位2段階（「大変良い」「良い」と回答した人が85%以上	アンケートの5段階評価で「大変良い」「良い」と回答した人が96%
		実績値	1,067	72.7%	外部評価委員による定性評価	半数以上から肯定的な評価を得る	全ての外部評価委員より最高ランクのA評価を得られた。
2	フェニーチェ堺 大ホール	目標値	1,339	80.0%	顧客満足度	アンケートの5段階評価で上位2段階（「大変良い」「良い」と回答した人が85%以上	アンケートの5段階評価で「とても満足」「満足」と回答した人が87.5%
		実績値	697	41.6%	外部人材（学識経験者等）による定性評価	半数以上から肯定的な評価を得る	依頼した外部人材5人中4人（1人は所用のため鑑賞できず）から肯定的な評価を得られた。
3	ロームシアター京都 メインホール	目標値	1,323	82.2%	観客満足度	アンケートの5段階評価で上位2段階（「満足」「やや満足」）と回答した人が85%以上	アンケートの5段階評価で「大変良い」「良い」と回答した人が89.3%
		実績値	962	63.5%	舞台芸術への関心度	アンケートで「高まった」という回答が60%	アンケートで「高まった」という回答が67%
		目標値					
		実績値					
		目標値					
		実績値					

令和７年度

劇場・音楽堂等機能強化推進事業

成果報告書／事後評価書

②（評価・所見）

共同制作支援事業	
事業名 （公演名）	2025 年度 全国共同制作オペラ　歌劇「愛の妙薬」
代表団体名	公益財団法人東京都歴史文化財団
劇場・音楽堂 等の名称	東京芸術劇場、 フェニーチェ堺（堺市民芸術文化ホール）、 ロームシアター京都
実演芸術団体 等の名称	ザ・オペラ・バンド、大阪交響楽団、 京都市交響楽団
内定額	36,715　（千円）

（１）助成対象事業（公演）の自己評価

「成果報告書／事後評価書①（基礎データ・公演事業の実績値等）」に記載の入場者率・評価指標・実績（値）等に言及しつつ、自己評価と自己評定（※１）を記入してください。

（※１）…S～D で記入してください。

※太枠内に記入してください

	会場名	自己評価	所見
1	東京芸術劇場 コンサートホール	入場者率は 72.7％、観客満足度は 96％と非常に高く、質の高いオペラ公演を実施できたと考える。また、演出家の杉原邦生を起用したことにより、東京芸術劇場における演劇公演の観客層の一部の来場も見られた。	古典作品に現代的な視点や多様性を取り込む杉原邦生ならではの演出と、出演者の振り切った演技が印象的な舞台であった。宮里直樹をはじめとするソリストのアリアや、セバスティアーノ・ロッリが暗譜で指揮したオーケストラの柔らかな演奏は感動的で、ドニゼッティの抒情的な音楽性を十分に伝えており、高い「創造性・企画性」が認められた。
2	フェニーチェ堺 大ホール	入場者率は 41.6％と低かったが、観客満足度は 87.5％と目標を達成した。共同制作オペラに参画することは南大阪や関西全体の芸術文化発展のため、また地域の劇場の存在意義を明確に示す好例と言及していただき、非常に意義深いものであったと考える。	市民オペラの公演が長年継続されてきている堺において、せっかくの公演なのに入場者率が低く、足を運んでくれた観客が少なかったことは残念である。本事業の「意義」が誰にとって意義深いのか、堺の人々にとって、その「意義」がどう認知されていくのか、その点を考えてほしい。
3	ロームシアター京都 メインホール	入場者率は 63.5％と低い水準にとどまった一方で、観客満足度は 89.3％と目標値より高く、アンケートにおいても再演を望む声が多く寄せられたことから、質の高いオペラ公演を実施できたものと考えられる。	観客満足度が高く再演を望む声もあったことから、創造性・企画性には成果があったと認められる。それを、今後の企画に生かしてほしい。

※行が足りない場合は適宜追加してください。

（2）自己評価

（※1）…S～D で記入すること。

評価項目①：創造性・企画性

評価の観点	・先導性があり、特色ある実演芸術の事業計画である。 ・優れた芸術家、スタッフ等が才能、技能を発揮し、国際的水準の公演が期待できる。 ・我が国の実演芸術を牽引する効果、国内外での評価の向上につながる。

評価指標（※2）	目標（値）（※3）	実績（値）
A. 国外からベルカント・オペラに精通した指揮者を招聘し、国内の若手実力派の歌手を鍛える B. 形状の違うホール（例えばコンサートホールとプロセニアム）で実現可能なオペラを追求する C. 批評家、新聞掲載レビュー D. 積極的な広報戦略により多方面の媒体で取り上げてもらう E. 多くの出演者・スタッフの関わり	A. ソリスト（カバー含め）9 人のうち、20～30 代の若手歌手を 5 名以上起用する B. オペラ公演が実施困難なコンサートホールでも実現する C. 公演評等での高評価 8 割以上 D. 新聞・雑誌・web 等での掲載数　15 件以上 E. 合計 200 人以上	A. ソリスト 9 名のうちネモリーノ（1 名）とドゥルカマーラ、ジャンネッタを除く、計 6 名が 20～30 代。20 代 1 名、30 代 5 名を起用した。 B. コンサートホール（東京）で 1 公演実施。 C. web 4 件、新聞 1 件の計 5 件にて、演出、歌手陣の技量、オーケストラの演奏全てにおいて高評価の並ぶ公演評であった。 D. 新聞 10 件、雑誌 15 件、web18 件の計 43 件 E.　合計 400 人以上

（※2）・（※3）…R 7 年度評価補助シートから転記すること。

・評価指標と目標（値）及びその達成度に言及しながら、太枠内に自己評価を記入してください。

自己評価	本プロジェクトは、ベルカント・オペラのスペシャリストとしても名高い海外の指揮者を招聘し、新進気鋭の歌手陣（主に 20、30 歳代）による質の高い演奏をベースに、演劇界で幅広いジャンルを手掛けてきた演出家・杉原邦生が初のオペラ演出に挑むというチャレンジングな企画であった。特に、異なる芸術分野や国籍、世代、キャリアを持つ演奏家・ダンサー・スタッフ陣が、準備段階から継続的に対話を重ねながら創作を進めたことは、本公演の大きな特徴であった。互いの価値観や解釈を共有する中で、「当然」と捉えていた表現をそれぞれが多角的に見つめ直す契機となった。その結果、各関係者が自らの専門領域を越えて作品理解を深めることにつながり、公演後も互いの活動に触れ続ける関係性が生まれ、他ジャンルを横断しながら表現を更新していく創造的な循環へとつながった。 東京芸術劇場など演劇公演においても強い実績を有する劇場で上演したことにより、クラシック音楽の観客層に加え、演劇分野にもアプローチ出来た点では、新たな観客層を創出することができた。さらに、普段は演劇分野で活動する演者をダンサーとして起用、従来のオペラの枠組みにとらわれない新たな演出手法を導入したことで、作品を理解する上での一助となった。その結果、オペラ鑑賞経験の少ない来場者からも「理解しやすい」「鑑賞しやすい」といった評価が得られた。総勢 400 人以上となる制作陣がそれぞれの能力を遺憾なく発揮し素晴らしい舞台を作り上げた結果、約 30 件の公演評を得ることができ、その内容も演出、歌手陣の技量、オーケストラの演奏全てにおいて高評価を得た。
所見	セバスティアーノ・ロッリの指揮、若手歌手の起用、合唱のアンサンブルなど、音楽性の追求の成果が見られ、観客のアンケートの満足度では 3 会場いずれにおいても目標を上回っており、批評家の反応や実際に公演調査の結果からも、優れた舞台公演が実現されたと認められる。しかし、入場者数は目標を下回っており、特にフェニーチェ堺で伸びなかった。「カワイイ」をコンセプトとした杉原邦生による演出への関心から、一部の演劇ファンを新しいオペラの観客としたということは評価できるが、従来のオペラファンを引き付けるような事前の周知ができなかったのではないか。広報の方針と実際に対して振返りと分析が必要と考える。
対応・追加情報 （所見・意見交換を受けて）	3 公演目となった京都公演では、東京・堺公演で得られた反応を踏まえ、舞台写真を多用するなど広報を強化し、公演の魅力をより視覚的に伝えることで、集客増を目指した。具体的には、舞台写真を使用した音楽ファン向けの特別チラシを作成したほか、地下鉄広告の掲出や、SNS での動画発信など、多角的な広報展開を行った。

（２）自己評価

（※１）…S～D で記入すること。

評価項目②：地域性

評価の観点	・劇場・音楽堂等が単独では事業を実現しにくいような地域においても創造性の高い公演の鑑賞機会の提供を実現する計画である。

評価指標（※２）	目標（値）（※３）	実績（値）
A. 地元芸術団体等(個人を含む)との連携により、地域文化活動の活性化を図る B．地元出演団体等の評価(出演者へのアンケート) C. 地元(堺・京都)のメディア（新聞・雑誌・ｗｅｂ等）による掲載・露出件数等 D.【京都】京都近隣の芸術大学や高校との連携 【堺】大阪府内の芸術系大学との連携	A．地元オーケストラと合唱団の起用、地域の音楽家等との協働 B．地元出演者・スタッフから「また参加したい」等の満足度の高い評価を得る C．堺３件、京都３件以上 D. 京都公演での 25 歳以下および 18 歳以下チケット購入 50 席以上、堺公演での 25 歳以下への C 席販売を 20 席以上	A. 管弦楽／ザ・オペラ・バンド［東京］、京都市交響楽団［京都］、大阪交響楽団［大阪］ 合唱／ザ･オペラ･クワイア［東京］、堺＋京都公演特別合唱団［大阪･京都］ B.【東京】東京合唱団からは、演劇的要素を重視した演出により新たな視点や発見が得られ、相乗効果が生まれたとの評価が寄せられ、「今後も携わりたい」との高い評価を得た。 【堺】堺＋京都公演特別合唱団のメンバーから、国内外で活躍する関係者と共演、親交を深めることができ非常に勉強になった期間だった等の満足度が高い評価を得た。 【京都】堺＋京都公演特別合唱団のメンバーより、「全国から集まった一流のソリストやスタッフ、また演出家と舞台を共創した本事業への参加は、単なる技術研鑽の場に留まらず、公演のクオリティを左右する表現者として、作品の完成度に直接関わることの出来る良い機会だった」という満足度の高い評価を得た。 C.【堺】計 10 件（Natts8 月号、関西音楽新聞 9 月号、10 月号、11 月号、朝日新聞（6 月)、読売新聞（10 月）MEG（4 月、6 月、8 月、10 月） ） 【京都】計 6 件。京都新聞 3 件（web 1 件、紙面 2 件)、関西音楽新聞 2 件、MEG 関西 1 件（8 月号） D. 【堺】大阪芸術大学（演奏学科）等への C 席の販売を行ったが、実績として購入はなかった。･【京都】25 歳

		以下チケット 53 枚、18 歳以下チケット 16 枚、計 69 枚。

（※２）・（※３）…R７年度評価補助シートから転記すること。

・評価指標と目標（値）及びその達成度に言及しながら、太枠内に自己評価を記入してください。

自己評価	本プロジェクトでは、主に東京での稽古となったが、担当者が各地の演奏者へ情報を共有し、質の高さを維持することができた。特に合唱は堺、京都と合同の合唱団を結成、「全国から集まった一流のソリストやスタッフ、また演出家と舞台を共創した本事業への参加は、単なる技術研鑽の場に留まらず、公演のクオリティを左右する表現者として、作品の完成度に直接関わることの出来る良い機会だった」という満足度の高い評価を得ることができた。 　地方でのメディア掲載・露出も多く、地元大学との連携も実現し若年層にアピールすることができた。堺公演では、来場者アンケートの結果、市外からの来訪者が 78.9%を占め、公演前後に約 50%の来場者が飲食行動を行い、約 25%が買い物等の消費行動を行っていたことが確認された。これは市とホールが目指す、「地域からの発信」や「交流人口の増加」に寄与したという意味での意義は大きく、地域住民への文化的・経済的な還元が生まれ、市民が誇りを感じる施設というホールのビジョンにも繋がる成果であったと考える。また、関西圏の音楽関係者、地域のオペラ関係者も来場しており、演出・美術・衣裳を含めた表現手法は、今後の関西圏におけるオペラ制作に対して刺激や示唆を与える機会となった。さらに終演後には楽屋にて出演者や関係者間で交流が生まれ、新たな人的ネットワークの形成にもつながったことから、将来的な協働やキャスティングの広がりに寄与する可能性も感じられた。京都公演では、京都市内 51%、京都府内 7%、近畿圏内 16%、その他地域 17%、無回答 9%の来場者結果となった。京都市内からの来場者が過半数を占め、地域に根差した事業として市民からの支持を得るとともに、京都府外・近畿圏外からの来場も一定数あり、広域的な集客につながった。
所見	開催地によってオーケストラが異なり、ソリストも一部入れ替えがあるなかで、いずれの館においても高い音楽性を追求し、同水準の舞台成果を求める努力がなされ、共同制作の取組みとして成果があったと認められる。しかし地域ごとの観客、今後も含めての潜在的観客へのアプローチという観点ではどのような手ごたえを得たのだろうか。堺・京都公演の合唱団が共通であったことがプラスになった面もあるが、地域の人々への波及効果という点では、弱かった側面もあったのではないだろうか。また、京都、堺それぞれで近隣の芸術大学等との連携が評価指標に掲げられており、京都では若年層のチケット購入者が得られているのに対し、堺では 25 歳以下のＣ席販売が得られなかったことに対する分析を加えてほしい。 若い世代の観客育成は重要なことではあるが、オペラのチケット料金が高価格帯になる傾向があるので、余裕のあるミドル、シニア世代への働きかけについても、地域ごとに特徴を捉えて意識的に行う必要があったのではないか。
対応・追加情報 （所見・意見交換を受けて）	

（2）自己評価

（※1）…S～D で記入すること。

評価項目③：多様性とアクセシビリティ

評価の観点	・人々の実演芸術に対する関心、参加への意欲を引き出し高めるような取り組み、工夫がなされている。 ・障害の有無や年齢、性差、国籍、居住地、経済的状況等に関わらず、幅広い人々が参加できるような配慮がなされている。

評価指標（※2）	目標（値）（※3）	実績（値）
A. 青少年の鑑賞機会の拡大（割引制度利用者） B. オペラに関する関心度の向上 1）アンケート 2）学生モニター(東京) 3）プレ事業（堺） C. 障害がある方の来場を促進するための情報保障 D. 障害がある方の来場を促進する(障害者割引の利用) E. 高齢者や障害のある方の来場を促進する（「サービス介助士」の資格を持つレセプショニストを配置、総合受付に手話通訳士を配置）東京 F. 外国人の来場を促進するための情報保障	A. 青少年チケット販売数　100 枚以上？ B. 1）来場者アンケートで初めてオペラを見たという方が 5%以上 2)学生モニターによる調査に 10 名以上参加 3)来場者アンケートで「本公演に行く予定」「行くことを考えたい」と回答した人が 50%以上 C. 1)視認性の高い日本語字幕の投影 2)プログラムのあらすじ・解説を特設サイトや各地の劇場の HP に掲載 3)ヒアリングループの提供 D. 障害者割引（東京・京都） E.「サービス介助士」の資格を持つレセプショニスト 2 名配置、総合受付に手話通訳士 1 名を配置（東京） F. 英語版チラシ作製、英語字幕の投影、ウェブサイトにて英文プログラムを閲覧できる	A. 計 106 枚（東京：高校生以下 19 枚、学生割引購入 18 枚。堺：0 枚、京都：25 歳以下チケット 53 枚、18 歳以下チケット 16 枚。） B. 1）東京：13.3% 堺：22.9% 京都：20.6% 2）10 名参加（東京） 3）堺：18.5% C. 1）各公演共通で視認性の高い日本語字幕を実施した 2）あらすじ・解説を特設サイトや各地の劇場の HP に掲載した 3）ヒアリングループを実施※ただし、堺・京都は申込者数 0 名 D.障害者割引を実施（東京 2 枚、京都 1 枚/車椅子利用者） E.「サービス介助士」の資格を持つレセプショニスト 2 名配置、総合受付に手話通訳士 1 名を配置した（東京） F. 英語版チラシの作製、英語字幕の投影、ウェブサイトへの英文プログラムの掲載を実施した。

（※2）・（※3）…R7 年度評価補助シートから転記すること。

・評価指標と目標（値）及びその達成度に言及しながら、太枠内に自己評価を記入してください。

自己評価	幅広い層にご来場頂くための取り組みを行った。若年層に向けては青少年チケット合計 106 枚を販売。 フェニーチェ堺では開館以来、約 5 年間は学生券を導入していなかった素地があり、近年は他公演で徐々に導入を進めているものの、今回は学生券というカテゴリーではなく、芸術系大学等への直接斡旋販売を実施した。しかし、販売実績は 0 枚となり、この結果については真摯に受け止めている。一方で、今回の共同制作を通じて他館の施策や手法を共有できたことは大きな成果であり、今後は若年層へのチケット販売をホールとして継続的に議論し、公演ごとに最適な学生券等の設定を検討していきたい。京都公演では、近年継続して取り組んでいる若年層向け低価格チケット料金設定に加え、演出家や出演者の出身大学にも協力を依頼し、大学関係者への広報を行った。また、近隣の高校へもチラシ送付や教員へのアプローチ、高校生対象公演の際のサイネージ掲出などの広報を実施した。その結果、複数の学校から学生の来場があったと考えられ、若年層への鑑賞機会の提供につながった。新たな観客層へのアプローチとしても、一定の成果が見られた。 またヒアリングループを全公演で提供。障害者割引（東京）、車椅子割引（京都）を実施した。公演前にウェブサイトにて英文プログラムを掲載。字幕も日英の投影とした。堺公演では、在住外国人の来場者が、本事業のメインビジュアルで用いた「ピンク」のイメージや、コンセプトである「カワイイ」を意識した和装で来場する様子も見られ、本公演の世界観が視覚的・文化的な魅力として受け取られていたことがうかがえた。また、京都公演では、英語ウェブサイト経由でのチケット購入実績も確認され、海外居住者や訪日外国人層への情報発信についても一定の成果が見られた。確認できる範囲では 6 件の購入があり、多言語による広報導線が実際の来場につながった。 様々な取り組みの結果、初めてオペラを見たという人は東京 13.3%、堺 22.9%、京都：20.6%となり一定の効果が得られたと考える。
所見	アクセシビリティ向上に対し、障害者等に向けてのサポート体制の準備、情報保障の提供、英文による情報発信などに努めたことは評価される。 青少年向け割引チケットの販売が 3 公演ではほぼ目標を達成しているが、フェニーチェ堺において、0 枚であったことについては、考えられる要因について振り返り、関係者で共有してほしい。 目標・指標に掲げなかったことも含めて、観客の多様性、アクセシビリティ向上に関して、今後も各館の経験を共有しつつ、高めていってほしい。
対応・追加情報 （所見・意見交換を受けて）	

（２）自己評価

（※１）…S～D で記入すること。

評価項目④：自由設定（任意）

評価の観点	①　創造性・企画性、②地域性、③多様性とアクセシビリティ、⑤運営体制と持続可能性　の項目では成果や課題に言及しきれない事柄について、自己評価を行ってください。（※２）
	・ ・ ・

（※２）…R７年度評価補助シートにて設定している場合は転記すること。

評価指標（※３）	目標（値）（※４）	実績（値）

（※３）・（※４）…R７年度評価補助シートから転記すること。

・評価指標と目標（値）及びその達成度に言及しながら、太枠内に自己評価を記入してください。

自己評価	
所見	
対応・追加情報（所見・意見交換を受けて）	

（2）自己評価

その他：エピソードやグッドプラクティス事例について

助成対象事業に関連して、心に響くような印象的な出来事や、他館の参考になるような好事例があれば、具体的にご記入ください。

本プロジェクトは、ベルカント・オペラのスペシャリストとしても名高い海外の指揮者を招聘し、国内と海外混成による新進気鋭の歌手陣による質の高い演奏をベースに、ギリシャ悲劇から歌舞伎、現代劇まで幅広いジャンルを手掛けてきた演出家・杉原邦生が初のオペラ演出に挑むというチャレンジングな企画であった。そのため企画段階当初から指揮者と演出家の間の意思疎通を図るためリモート会議を行うなど、きめ細やかな対応に腐心し、両者の信頼関係を築いた。結果、本番での質の高い演奏、シンプルながら物語を象徴的に魅せる舞台装置、杉原邦生が全幅の信頼を置く 6 名のダンサーが物語を紡ぐという方法が観客の心を掴み好評であった。

また、参画した 3 館での異なる条件下（劇場の形状等）を制作スタッフが創意工夫を凝らし、それぞれの地域と芸術活動をリンクさせ共同制作を行ったことは特筆できる。

役割分担としては、例年共同制作オペラに従事している東京芸術劇場が幹事館を務め、2 年連続参加となったロームシアター京都が広報面、初参加となったフェニーチェ堺が旅行手配を担うなど、それぞれのスキルとノウハウ、マンパワーを持ち寄り相互に補い合いながら制作できた。

約 1 か月にわたる稽古過程を公式 SNS で継続的に発信した結果、公演本番にとどまらず制作過程への理解が深まり、観客の興味・関心の喚起につながったことがアンケート結果からも推察できた。また、今回のプロダクションでは、演奏者のみならずスタッフも若手中心となり、運営統括を担った。稽古期間を通してフラットなコミュニケーションが進み、笑いの絶えない明るく風通しのよい現場となった。また同世代の若手制作者の交流が進んだ結果、演出プラン当初から共有されていた「カワイイ」のコンセプトから舞台上のハートモチーフと連動させた「グッズ販売企画」（キャンディ等）、ロビーにメッセージボードを置き、ピンク色のハートを型取った付箋にお客様からコメントを書いて貼っていただく「愛のメッセージ企画」が生まれた。グッズ販売では公演体験を想起させるものとして来場者の購買意欲、購入者による SNS での感想発信にも繋がったこと、愛のメッセージ企画からはボードの隣にピンク色の斬新なチラシのデザインを元にしたバナーを配置してフォトスポットとするなど、お客様の参加を促し楽しんでいただくうえでの派生した効果もあった。

【以下　各館からのコメント】

【堺】〔他館に参考となる好事例として〕

・本公演は、単純に東京で制作した公演をそのまま堺に持ってくる公演ではなく、地元のオーケストラや合唱団を起用することで、ある意味再構築する作業が必要な現場であった。堺＋京都公演の特別合唱団の人選から始まり、そのとりまとめや合唱の稽古運営、連絡調整まで、当ホールのスタッフが主になって行い、「制作している」という実感が大いに沸く公演となった。東京から来る合唱コアメンバーやキャストが東京で制作したクオリティをそのまま関西で発揮できるよう、関西の合唱指導者にも多くの協力を得て、成立した公演となった。

〔印象的な出来事〕

・特に東京からのスタッフ、関係者が稽古のない時間帯に堺の観光に出向き、地域の名物和菓子などを召し上がって、とても喜んでいただいたことや、S NS に挙げていただいたこと等は、当方にとって地域の魅力を感じてもらうことができ、地域の良さの再発見につながった。

・公演までのカウントダウンをＸで実施し、ソリストだけでなく、合唱団やオーケストラのメンバーにも協力してもらい、非常に楽しかったと感想をいただいた。

【京都】　京都公演においては、東京・大阪公演との間に期間があったことを活かし、舞台写真や公演レポート等の既存素材を用いた継続的かつ積極的な広報展開を行った。また、公演約 1 か月前に、演出家の杉原氏およびオペラ評論家の香原斗志氏による関連トークイベントを実施し、演出意図や出演者の人物像に触れる機会を創出した。これらの取組により、観客の理解促進と関心喚起につながり、オペラ初鑑賞者の割合が 20.6%と一定程度の新規来場者層の獲得につながった。さらに、杉原氏が大学時代を京都で過ごしており、ゆかりのある演劇関係者も多いことから、演劇分野の観客層へのアプローチを図ったことも、新規来場者層の増加に寄与したものと考えられる。

杉原氏は現在、首都圏を拠点に活動しているが、演出家として経験を重ねたうえで、大学時代を過ごした京都にゆかりを持つ人材として本公演に参画したことは、地域人材の還流を示す好事例であるといえる。
若年層からのアンケートでは、「ポスターがかわいかった」「U25 チケットが来場の大きな動機になった」「初めてのオペラだったが親しみやすく楽しめた」といった感想が寄せられた。また、出演者一人ひとりの個性や舞台全体の魅力に対する好意的な意見も見られ、低価格チケット料金設定や広報の工夫が、若年層にとってオペラ鑑賞への心理的ハードルを下げ、新たな観客層の来場につながったことがうかがえた。

（2）自己評価

評価項目⑤：運営体制と持続可能性

（※1）・（※2）…R7年度評価補助シートから転記すること。

※太枠内に記入してください

○「実現性」の項目より〈(ア）～（ウ)〉

評価の観点	（ア） 参画する劇場・音楽堂等の相互の連携体制が十分であり、各館の企画制作能力の向上が期待できる。	（イ） 予算計画が妥当であり、事業収入のほか、寄付金、協賛金、各種助成金など、多様な財源の獲得に努めている。
現状（※1）	定期的に企画制作会議を開催し、連携して実施している	3館で予算計画を立てており、各館でその他の事業収入の獲得にあたっている
目標(値)（※2）		
実績(値)	企画制作会議として正式には 5 回実施し、また事あるごとにリモートなどを併用して意思疎通を図った。東京での稽古期間中から京都、堺の職員が参画し企画制作能力を向上させた。	各館担当範囲の予算計画を確実に執行した。また事業収入以外の収入を得るため、東京では別途助成金を獲得、京都では協賛金を獲得した。3館合同でグッズ販売も実施した。
団体の自己評価		
所見		
対応・追加情報		

評価の観点	（ウ） 広報計画が充実しており、券売・集客、支持者の広がり、認知度の高まりが期待できる。
現状（※1）	広報担当館を中心に広報の計画を立て認知度をあげる努力をしている
目標(値)（※2）	
実績(値)	Web18 件、新聞 10 件、雑誌等 15 件、ラジオ 3 件の露出件数。
団体の自己評価	上記のとおり、多角的な広報を展開することができ認知度を高めることに成功した。
所見	集客目標に到達し得なかったということは、広報計画に弱い部分があったと考えられるのではないか。
対応・追加情報	京都公演では、SNS での発信強化を行い、若年層を中心とした新たな観客層へのアプローチには一定の成果が見られた。一方で、高価格帯チケットの購入促進については、さらなる広報戦略や訴求方法の工夫が必要であることも課題として見えてきた。

○「活動環境に関するチェックシート」より〈(エ) ～ (カ)〉

評価の観点	(エ) 関係する劇場・音楽堂等それぞれにおいて、専門性と劇場運営に必要な資質を備えた人材の確保、配置が適切に行われている。	(オ) 各種ハラスメント防止対策のための指針等を明文化し、具体的な対応策を講じ、職員等に周知している。
現状（※1）	各館において制作、広報、票券、舞台スタッフ等それぞれ専門的スタッフを適切に配置している	ハラスメントガイドラインを作成し出演者、スタッフに周知している
目標(値)（※2）		
実績(値)	各館において制作、広報、票券、舞台スタッフ等それぞれ専門的スタッフを適切に配置し実施した。	3 館合同で本事業用のハラスメントガイドラインを作成し、稽古前、小屋入りといった節目、節目で出演者、スタッフに周知した。
団体の自己評価		
所見		
対応・追加情報		

評価の観点	(カ) 芸術家等への仕事の依頼において、適正な契約関係が構築できるよう、ガイドラインにそって書面による契約を行っている。
現状（※1）	ガイドラインに沿った適正な契約関係を構築している
目標(値)（※2）	
実績(値)	適切な契約関係のため、法律順守で書面による契約を行った。
団体の自己評価	
所見	
対応・追加情報	

（3）総評

※太枠内に記入してください。

団体の自己評価

本事業は、質の高い演奏と異ジャンルの演出家との協働により、新たな舞台表現の創出および音楽分野における芸術的価値の向上を目的として実施した。今回は特に、指揮者・演奏家とオペラ初演出となる演出家が企画初期段階から継続的に協議を行い、共通認識のもと制作を進めたことで、独創性の高い舞台作品を創出することができた。また、稽古初期から出演者が演出家としっかりとコミュニケーションを取り新鮮な気持ちで作品に向き合えたことで、制作スタッフ含め現場での良いチームが出来、新しい感覚のオペラを生み出す土壌が育まれたことは特筆に値する。

また、共同制作の枠組みにより、各地域を代表するオーケストラや合唱団が参画し、地域間連携の促進および地域における芸術活動の活性化に寄与した。加えて準備期間約１年、さらに東京での長期稽古期間を通じて、各地の若手制作者が中心となり現場対応を担ったことで、企画力・全体調整のみならずスタッフ間のコミュニケーションや現場で発生する課題への臨機応変な対応力が培われた。具体的な事例として堺から若手制作者が１名東京での稽古期間に３週間滞在し、他劇場が主となって行う制作現場の手法や判断基準などを学ぶ機会となった。このスタッフは東京での稽古と並行して行われていた堺での稽古が、演出家や指揮者が何度も行き来することなく効率的に進められるよう、東京での稽古内容を堺での合唱稽古用に整理し連絡していた。広報を担った京都の制作者は稽古期間中に適宜立ち会うことで、前述したグッズ販売や愛のメッセージ企画のアイデアを形にし、また SNS 等での広報戦略について現場の状況を踏まえ前に進めることに役立った。

先のグッドプラクティス事例でも述べた通り同世代の若手が中心であったからこそ、従来のオペラの枠組みに捉われない新たな可能性を提示する企画・宣伝につながったことは制作者育成の観点からも意義深い。

またそうしたことから来場者と出演者、さらには来場者同士の交流が生まれ、オペラが「鑑賞する」だけでなく「鑑賞し参加、共有する」ものへと広がりを見せたことは今回の共同制作の大きな成果だと思われる。

一方で、独創性の高い内容であったことから、事前の広報・宣伝において訴求の難しさがあり、チケット販売の立ち上がりに時間を要した。この点については、今後、企画意図や魅力をより分かりやすく伝える広報手法の検討が必要と感じた。

事業運営面では、資材価格および人件費の高騰により、当初計画を上回る経費が発生した。海外出演者の招聘においても渡航費の上昇が見られたが、早期手配により一定の経費抑制を図った。しかし、参加予定館の不参加や各地方館の施設条件への対応により、公演間隔が空く日程となり、海外キャストの一時帰国および再入国が必要となったことで、移動経費が増加した。さらに、公演回数および座席数の制約により、チケット価格の設定にも影響した。東京公演に関しては、チケット料金の最高額が２万円を超える設定をせざるを得なかった。一方で低価格帯の席種は前年度同様に設け SNS 発信や稽古風景の公開、関連企画の実施など広報宣伝の強化にも取り組んだ。しかし、こうした環境下で券売が厳しかった背景には、オペラに関心を持つ層がそもそも限られていることに加え、演目や出演者の知名度の問題、さらにオペラ公演を含む高価格帯のクラシック公演が同日または近い日程に集中し、観客が取捨選択を迫られたことなどが影響したと考えられる。

経費削減については、企画段階から関係者間で調整を重ねたものの、人件費や資材費といった固定的経費の割合が高く、抑制には限界があった。

また、関係者スタッフや来場者からは再演を望む声が非常に多く寄せられた。しかし、オペラ専用ホールではない会場において大型公演を再演する場合、舞台製作費や資材保管費など多額の経費を要するため、外部支援なしに単独公演として実施するには限界がある。

そのため、再演作品についても何らかの条件のもと支援いただく仕組みが創出出来ないものだろうか。今後は舞台美術資材の再利用など、環境への配慮やサステナビリティの観点を踏まえた制作面での工夫がより必要とされるのではないか。一方で経費削減のためには舞台美術の簡素化が考えられるが、それをマイナスに捉えるのではなく、むしろシンプルな舞台構成を前提としつつ、作品のドラマの解釈や演出手法に新たな視点を導入することで、見た目の新規性に依存しない国際水準のオペラ制作を追求する方向性も検討すべきかと思われる。

今後、公共劇場において本事業のようなオペラ制作を継続的に実施していくためには、コスト削減を前提とした企画内容の精査が必要で、既成概念を排したアイディアが求められていると感じる。

【堺】

今回の共同制作オペラへの参画は、自分たちが普段やっている公演制作が正しいものなのかどうか、答え合わせをする現場であったようにも思われる。それは演出家との調整の方法からはじまり、キャスティング、各種デザインの考え方、出演者の契約金額、単価の考え方や、契約書の文言など多岐に亘るものであった。制作過程の様々なフェーズにおいて、これまでの自分たちのやり方への自信を深めたものもあれば、目から鱗のように学びに繋がったものも

あり、単純に集客結果だけでは測れない大きな財産を得ることができたと感じる。また、他館との連携協力の中で、信頼関係を構築でき、また今後の様々な情報交換や公演協力が可能な関係性づくりができたことも大きな収穫である。

【京都】

本事業への参画を通じて、共同制作が作品創造だけでなく、人材育成や人的ネットワークの形成においても大きな意義を持つことを実感した。日常業務においては、劇場間の交流は管理職等が中心となることが多いが、本事業では主に若手スタッフが実務を担ったことで、現場レベルでのつながりが生まれた。担当した広報業務については課題も多く残ったものの、従来のオペラ公演とは異なる客層へのアプローチや、作品の魅力をどのように伝えるかについて試行錯誤する貴重な経験となった。また、それぞれ異なる組織文化や観客層を持つ劇場と協働したことで、自館の事業運営を客観的に見つめ直す契機ともなった。公演終了後も継続して情報交換や相談ができる関係性が築かれたことは、今後の事業連携や舞台芸術分野を支える人材育成の観点からも大きな成果であったと考える。

所見

セバスティアーノ・ロッリの指揮とオペラ初演出の杉原邦生による独創的な演出の組み合わせによって、本作の音楽性を損ねることなく、ソリスト、合唱、出演者たちの力を活かす形で舞台成果が見られたことが評価できる。鑑賞した観客の満足度が高かったのに比して、実際に鑑賞した観客数が伸び悩んだのは残念だった。当初計画から実現までの間に想定外の事象もあったようだが、共同制作ゆえの成果と課題が整理され、今後につながることが期待される。

備考